

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Konkurenční benchmarking bankovních produktů
Competitive Benchmarking of the Bank Products

Student: Zuzana Mrkývková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Martina Steinová, PhD.

Ostrava 2011

Poděkování:

Mé velké poděkování patří paní Ing. Martině Steinové, PhD. za odbornou pomoc, věnovaný čas a cenné rady, které mi byly velkým přínosem při zpracování bakalářské práce.

Místopřísežné prohlášení

„ Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně příloh vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 20. 4. 2011

Podpis

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Analýza konkurence.....	3
2.1	Marketing.....	3
2.2	Trhy	3
2.3	Benchmarking.....	4
2.4	Konkurenční zpravodajství.....	5
2.5	Zvýšení konkurenční výhody	8
2.6	Bankovníctví.....	8
3	Charakteristika bankovního trhu	10
3.1	GE Money Bank, a. s.....	10
3.2	Komerční banka, a.s	13
3.3	Česká spořitelna.....	17
4	Metodika shromažďování dat.....	21
4.1	Přípravná fáze	21
4.2	Realizační fáze.....	22
5	Analýza konkurence bankovních produktů.....	25
5.1	Spotřebitelský úvěr	25
5.2	Přehledné propočty:	30
5.3	Běžný účet	31
5.4	Přehled měsíčních poplatků za vedení běžných účtů u jednotlivých bank.....	34
5.5	Spořicí produkt	34
5.6	Kreditní karta	37
5.7	Hypotéka.....	41
6	Návrhy a doporučení	46
6.1	Zhodnocení jednotlivých modelových případů	46
6.2	Zhodnocení hypotéz	47
7	Závěr.....	49

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ (BAKALÁŘSKÉ) PRÁCE

SEZNAM TABULEK

SEZNAM GRAFŮ

SEZNAM PŘÍLOH

1 Úvod

Banky jsou instituce, jejíž hlavní činností je úschova peněžních prostředků klientů, tyto volné finance propůjčuje na úvěry, ze kterých získává nemalé úroky. Tímto způsobem usnadňuje snažší pohyb peněz v naší ekonomice. Banky jsou chápány jako podniky, vždy akciové společnosti, které ke svému provozování a zahájení podnikání potřebují bankovní licenci a základní kapitál min. 500 miliónů Kč. Jejich činnost je dále regulována a podnikají pod dohledem centrální banky.

V dnešní době je velmi rozsáhlá konkurence na všech trzích, stejně tak na trhu finančním vládne jistá rivalita mezi bankami, které figurují na české scéně. Po roce 1989 nastal rozmach, začalo vznikat více institucí, mezi nimi narůstal i počet bankovních domů, mezi kterými začalo soupeření. Logické je, že každá banka má zájem získat pro sebe co nejširší klientelu a tím získat rozsáhlý podíl na trhu a stát se konkurenceschopným. V České republice působí přibližně 35 bankovních institucí, které mají vlastní portfolio nabízených produktů. Můžeme říct, že jedny z nejsilnějších na našem trhu považujeme Českou spořitelnu, GE Money Bank a Komerční banku. V souhrnném součtu tyto tři banky k dnešnímu dni obsluhují přes 7 803 323 obyvatel České republiky, což je více než polovina celkového počtu obyvatelstva tohoto státu. Ve vlastním zájmu těchto bank je, aby dokázaly vybudovat know-how, které jim zajistí největší prodejnost jejich služeb a díky inovaci a viditelným zvýhodněním služeb si udrží stálou klientelu, ale také se jim podaří získat klienty jiných bank. Díky dnešním technologiím mají klienti možnost sami porovnávat, která banka jim dokáže poskytnout služby s nejnižším úrokem na úvěru, nejvyšším úrokem na spoření a investicích, rozlišují, která banka jim poskytne nejnižší poplatky za široké využívání jejich služeb. Díky internetu a jiných informačních linek, si každý klient může zjistit, která společnost mu dokáže poskytnout nejvýhodnější alternativu. Tyto průzkumy a propočty dělá málo klientů. Proto je určitě dobré, když si každá banka udělá svůj vlastní průzkum mezi klienty, zda jsou spokojeni s jejich službami a co nového by od banky uvítali, podle těchto průzkumů, může banka získat dostatečný přehled o tom, o co mají klienti zájem zlepšovat a obohacovat své služby a tím si je získávat na svou stranu společně s novou klientelou. Jedná se o jednu z možností jak obstát v konkurenčním boji.

V první kapitole je použita odborná literatura, která je zaměřena na benchmarking, konkurenci a banky. Další část zahrnuje charakteristiku společností, jejich historii, zaměstnance, zákazníky, informace o produktech. V metodice shromažďování dat je uvedena přípravná fáze, ve které je především uvedeno definování cílů a problémů, plán výzkumu

apod. V realizační fázi je popsán způsob shromažďování dat a zpracování a analýza dat. Cílem mé práce je porovnání vybraných produktů jednotlivých bank a výběr nejvhodnějšího produktu z každé kategorie pro modelového klienta.

2 Analýza konkurence

2.1 Marketing

Podle P. Kotlera [2] (2007, str. 44) je marketing definován jako „*společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními.*“

Základní pojmy marketingu

K řádnému pochopení a objasnění funkce marketingu je zapotřebí porozumět základním marketingovým pojmům. Patří mezi ně potřeby, přání a požadavky.

Potřeby jsou základem pro každého člověka. Jsou to fyziologické potřeby jako potrava, vzduch, voda, šaty nebo střecha nad hlavou. Potřeby se postupně stávají **přáním**, pokud jsou zaměřeny na jisté objekty, které potřebu rozvíjejí. **Požadavky** jsou přání po konkrétních výrobcích, za které jsme schopni zaplatit.

2.2 Trhy

Podle P. Kotlera[2] je trh typickým místem, kde se setkávají prodejci a kupci za účelem prodeje a koupi zboží. Výrobci (podniky a podnikatelé) přicházejí na trh s produkty, ale také chtějí kupovat zboží, se kterým pak obchodují a dodávají je konečným spotřebitelům. Spotřebitelé naopak prodávají svou práci a za získané peníze kupují zboží a služby.

Tržní orientace podniku

Tržní orientace podniku si klade otázku jak velkou váhu klást na zájmy podniku, své zákazníky a celou společnost. Tyto soupeřící marketingové koncepce jsou často v konfliktu, výrobní koncepce, výrobová koncepce, prodejní koncepce, marketingová koncepce a holistická marketingová koncepce.

Výrobní koncepce: Podle ní, spotřebitelé upřednostňují lehce dostupné a levné zboží. V organizacích orientovaných na tuto koncepci jde především o dosažení vysoké výrobní efektivity a maximální snížení výrobních nákladů. Je typickým druhem koncepce pro Čínu.

Výrobová koncepce: Podle této koncepce spotřebitel dává přednost v první řadě vysoké kvalitě nabízených produktů a klade důraz na jejich funkční vlastnosti. Společnost využívající tuto koncepci má zájem na vytváření lepších a modernějších výrobků a neustálé inovaci stávajících.

Prodejní koncepce: V organizaci, zaměřené na tento typ koncepce, je zapotřebí uplatňovat agresivní prodejní a propagační kroky. Je aplikováno většinou u zboží a služeb, které nejsou spotřebitelé zvyklí často nakupovat.

Marketingová koncepce: Filozofií marketingové koncepce je orientace na zákazníka. Úspěch spočívá v tom, že společnost by měla poskytovat a vytvářet lepší hodnoty pro zákazníka, aby si vedla efektivněji a lépe oproti konkurenci.

Holistická marketingová koncepce: Jde o nový marketing v obchodních praktikách. Společnosti hledají nové způsoby jak soupeřit a být obstojný v marketingovém prostředí.[2]

2.3 Benchmarking

Označení benchmarking vzniklo spojením dvou slov, z nichž prvním je „bench“, což v překladu znamená stůl nebo lavice a druhým je slovo „mark“, které překládáme jako znamení nebo také jako značka.

Jak uvádí Jirásek[1] (2006, str. 5) „Benchmark znamenal původně rysku, kterou si truhlář vyznačil na pracovním stole a pak k ní přičezával lišty, prkna, fošny. Odtud se výraz dostal do manažerské a obecné mluvy.“

Základním zlomem rozmachu byla doba, kdy se začala rozmáhat konkurence na trhu mezi podniky, které měly potřebu se poměřovat s tržními rivaly. Mezi základní patřily otázky typu: Kdo je na trhu? Kdo z nich je nejlepší? Jaká je jeho pozice? Kdo z nich obstojí v soupeření? Jaká bude jejich úspěšnost?

Můžeme nalézt řadu dalších otázek v oblasti konkurenčního boje, na které Benchmarking umí odpovědět.

Co je tedy benchmarking?

Můžeme jej charakterizovat hned několika definicemi. Jirásek[1] (2006, str. 11) považuje za nejvěrohodnější zdroj Oxfordský specializovaný slovník, který ve své knize přímo cituje.

Říká, že „benchmarking je standard (norma) pro srovnávací měření,“ a že je „zejména zaměřen na porovnávání s přímými konkurenty“. Uvádí také, že jiný pramen, který je rovněž zaštitěný známými odborníky, vykládá benchmarking jako „relativní postavení osob, firem, odvětví nebo národů vůči ostratním.“

Benchmarking se stal zajímavým pro téměř celý svět. Zezačátku se rozšiřoval pomalu, později přerostl až do světového hnutí a nakonec se rozšířil až do mezinárodní velikosti. Je označován jako „Global Benchmarking Network“ a má spoustu poboček v různých zemích světa. Svou pobočku má i v České republice. Stal se velmi uznávaným nástrojem řízení, především toho vrcholového. Jen malé procento českých podniků přijalo benchmarking a to pouze ve velkých a středně velkých firmách, valná většina netuší, o čem jde.

2.4 Konkurenční zpravodajství

Podnikům se především musí dostat do povědomí, že konkurenta nemohou spustit na trhu z očí a že je důležité vědět, jaké možnosti má a předvídat jeho úmysly. Podniky se tedy postupně naučily analyzovat účastníky trhu. Rozhodující událostí bylo založení americké společnosti pro konkurenční zpravodajství, kterou je „Society of Competitive Intelligence Professionals“.

Konkurenční zpravodajství je jednou ze součástí tvořivé strategické práce zabývající se vedením (správní rady, exekutivy, vrchních manažerů). Je složkou zdroje, který je velmi výjimečně ceněný a který nazýváme strategickým vědomím (od intuice po bádání). Jeho zvláštností je, že se u něj musí pracovat s imaginací a to více, než kde jinde.

Jak uvádí Jirásek[1] (2006, str. 29), díky tomuto zpravodajství si můžeme představit:

- co konkurent bude nucen udělat (k již začatým a probíhajícím činnostem, investicím, přípravě lidí, žádostem o úvěr atp.),
- co asi udělá vzhledem k tomu, co zkoumá, vyvíjí a chystá,
- co by vůbec mohl udělat (a co nikoli).

Častou otázkou je, jakým způsobem a kde získat informace o konkurenci. V tomto ohledu je důležité vyloučit určité postupy, které mohou být například neetické, nelegální nebo také ty, které nejsou v souladu s dobrými mravy. Profesionálové, kteří se zabývají konkurenčním zpravodajstvím, již přijali etický kodex, který vylučuje různé nečisté způsoby. Když odmítneme různé formy „špionáže“, tak zjistíme, že informační prameny, které potřebujeme, jsou jednoduše dostupné. Mezi vhodné zdroje, ze kterých lze informace o konkurenci čerpat patří například zápis podniku v příslušném rejstříku, rejstřík dlužníků, exekucí, likvidací (pokud takový rejstřík je veden), výroční zprávy (pokud je podnik povinen

je vydávat), webové stránky podniku nebo podnikový profil (přehled toho, co podnik dodává jako výrobky a služby).

Konkurenceschopnost jako předmět poznání

Konkurenceschopnost, nebo také můžeme říct konkurenční schopnost, konkurenční způsobilost, konkurenční zdatnost, konkurenční přednost, konkurenční rozhraní (edge) atd. jsou různými formami a stupni konkurenčního postavení na trhu. Země, které již delší dobu zvládají konkurenci, rozlišují druhy a také stupeň konkurenceschopnosti. V naší zemi je v popředí konkurenční schopnost.[1]

Konkurenční analýza

Podnikatel musí neustále pozorovat a provádět rozbor činnosti konkurence a to zejména, pokud vstupuje na nový trh anebo přichází s novým výrobkem nebo službou. Podle O. Schwarze [5](1994, str. 31.) je zapotřebí určit konkurenci tzn., že se zaměříme na ty, kteří nás na trhu skutečně ohrožují. V konkurenční analýze by neměla být valná většina statistických údajů, jelikož konkurenční boj je soutěž o přežití na trhu, který nejde naplánovat.

Konkurenční výhoda

Podle E. M. Portera[3] (1993, str. 62) je tato výhoda základem výkonnosti podniku na trzích, kde působí konkurence. Schopnost na takových trzích konkurovat je stěžejním bodem úspěchu nebo neúspěchu podniků. Konkurence určuje vhodnost všech činností podniku, které přispívají k jeho výkonnosti. Konkurenční strategie je nacházení vhodného konkurenčního postavení v daném odvětví. Hlavními otázkami pro volbu vhodné konkurenční strategie jsou přitažlivost odvětví z pohledu výnosnosti a faktory, které ji ovlivňují, a rozhodující činitelé, kteří určují vzájemné konkurenční postavení uvnitř odvětví.

Strukturální analýza odvětví

Jak bylo již výše zmíněno, jedním ze základních faktorů výnosnosti podniku, je přitažlivost odvětví. Konkurenční strategie vychází z náročných pravidel konkurence, které o přitažlivosti odvětví konkurence rozhodují. Cílem strategie je, vypořádat se s těmito zásadami a obrátit je ve prospěch podniku. Pravidla jsou v každém případě zasazena do pěti konkurenčních faktorů:

- vstup nových konkurentů
- hrozba nových výrobků nebo služeb

- dohadovací schopnost kupujících
- dohadovací schopnost dodavatelů
- soupeření mezi existujícími konkurenty

Vzájemné působení těchto pěti konkurenčních sil napomáhá podniku získat co nejvíce zisku z investic, které převyšují cenu vloženého kapitálu. Tyto síly ovlivňují ceny, náklady a potřebné investice firem v jistém odvětví.

Generické konkurenční strategie

Další zmiňovanou otázkou je relativní postavení podniku uvnitř jeho odvětví. Pozice, kterou společnost získá, rozhoduje o tom, zda jeho ziskovost bude nad nebo pod odvětvovým průměrem. Podle E. M. Portera[3] (1993, str. 89) existují dvě možnosti konkurenčních výhod:

- nízké náklady
- diferenciací

Tyto typy vedou ke třem generickým strategiím, které napomáhají dosažení nadstandardní výkonnosti v daném odvětví:

- vůdčí postavení v nízkých nákladech
- diferenciací
- fokus

Vůdčí postavení v nízkých nákladech

Je nejjasnější ze tří generických strategií. Podnik si stanovuje za cíl být ve svém odvětví všeobecně známý výrobce s nízkými náklady. Takové podniky působí v mnoha segmentech. Výhody nižších nákladů jsou různé, odvíjí se dle struktury daného odvětví. Figuruje zde snaha o uspořádanost z velkovýroby, zvýhodněné možnosti přístupu k surovinám apod.

Diferenciace

Podnik usiluje o dosažení jedinečnosti v některých dimenzích. Na základě pečlivého výběru několika vlastností, které považuje za důležité, si vybuduje jedinečné postavení. Diferenciaci je možné zakládat na určitém výrobku, či distribučním systému.

Fokus

Poslední generická strategie, která spočívá ve volbě výběru úzkého rozsahu konkurence uvnitř daného odvětví. Podnik si vybere jeden segment a svou strategii přizpůsobí pouze jemu.

Výběr konkurentů

Většina firem se dívá na své konkurenty jako na své ohrožení. Zaměřují se na to, jakým způsobem lze zabránit ve vstupu do daného odvětví nebo jak je možné získat větší podíl na trhu. Existence vhodných konkurentů může přinést rozličné strategické zvýhodnění.

2.5 Zvýšení konkurenční výhody

Jak již bylo zmíněno, konkurenti umožňují podniku zvýšit vlastní konkurenční výhodu. Existence konkurentů může také prospívat celkové struktuře odvětví, pomoci rozvoji trhu nebo zamezení vstupu konkurentů do odvětví. Výhody existence konkurentů v období rozvoje trhu bývají často pouze přechodnými a týkají se především rozvoje odvětví v jeho počátečním a růstovém stádiu. Existence několika konkurentů může být strategicky nejvýhodnější v brzkém stadiu rozvoje odvětví, přičemž se ideální počet konkurentů později snižuje. Konkurence odrazuje od vstupu do odvětví nové konkurenty a to hraje velkou roli. Dosahuje tím zvýšení udržitelnosti konkurenční výhody daného podniku.[3]

2.6 Bankovníctví

Banka je jistý souhrn prvků, které tvoří fungující peněžní systém ve státě. Podle S. Půlpánové [4](2007, str. 78) je funkční vymezení banky „subjekt finančního zprostředkování (někdy označovaný jako depozitní instituce), který umožňuje transformaci zdrojů v různých rovinách (kvantitativní, teritoriální, časové, měnové, v rovině obchodovatelnosti instrumentů), podílí se na emisi bezhotovostních peněz a umožňuje realizaci platebního styků.“

Bankovní produkty

Hlavním účelem bankovních institucí je poskytování a uspokojování potřeb klienta. Jedná se o služby nehmotné povahy. S. Půlpánová[4] (2007, str. 212) uvádí, že bankovní produkty mají následné charakteristiky:

- nákladově duální charakter, kdy produkt je posuzován z pohledu nákladů věcné složky a z pohledu nákladů zdrojové složky.
- jsou vzájemně intenzivně provázané, což znamená, že uskutečnění jednoho produktu provází využití produktu jiného.
- nejsou patentovány, konkurence může využívat také tyto produkty.
- separace tvorby bankovního produktu od distribuce.[4]

3 Charakteristika bankovního trhu

Informace o společnostech byly čerpány z obchodního rejstříku[10] a z webových stránek Komerční banky a. s.[8], České spořitelny a. s.[9] a GE Money Bank a.s.[7].

3.1 GE Money Bank, a. s.

Historie

GE Money Bank se řadí ke skupině GE. Tato společnost byla založena v roce 1892 ve Spojených státech amerických. Začala působit jako jednotná společnost, která byla spojením tří podniků, a jako taková působí dodnes. Tato společnost je velmi rozvětvená. Její působnost sahá přes výrobu leteckých motorů, telekomunikace, až k jejímu nejpřednějšímu zájmu, kterým je poskytování finančních služeb. Tato banka působí na území České republiky asi 10 let. Dělí se na tři části: GE Money bank, GE Money Auto a GE Money Multiservis.

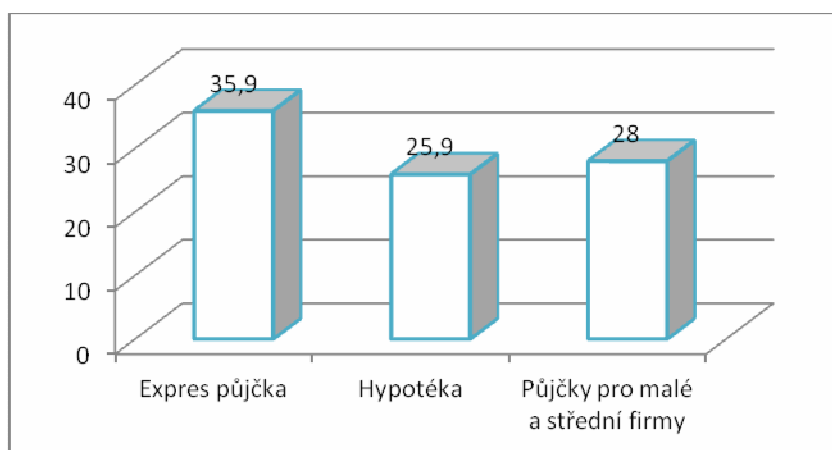
Současnost

GE Money Bank je označována jako jeden z největších peněžních ústavů nejen v České republice ale také ve světě. Je univerzální bankou, která poskytuje široké portfolio služeb prostřednictvím rozsáhlé sítě poboček a bankomatů. Své služby poskytuje jak občanům tak i malým a středním podnikům. Společnost se orientuje na pro-klientský přístup, čímž posiluje svoji tržní pozici a důkazem je tomu rostoucí počet jejích klientů.

Produkty

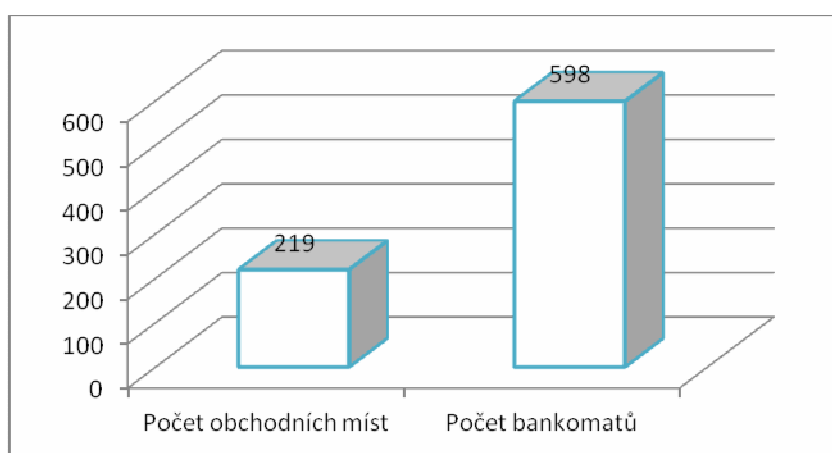
GE Money Bank stále zdokonaluje své produkty a služby, také jako první zavedla například Elektronický výpis z účtu klientů, Konsolidaci půjček, různé druhy běžných účtů, refinancování hypoték, aplikace GE Money Manager nebo internetové aplikace. V roce 2008 byl zaznamenán značný nárůst depozit, který dosáhl až o 20,2% vyšší hodnoty. Také vzrostl objem úvěrů, na konci roku 2008 to bylo téměř o 20%. O tento výsledek se postarala především Konsolidace a Expres půjčka. Hypotéky narostly o 17 % v porovnání s rokem 2007.

Následující graf zachycuje nárůst objemu produktů GE Money v letech 2007 – 2008.(Graf č. 1).

Graf č. 1 : Růst úvěrových produktů v letech 2007 – 2008 v miliardáchZdroj: www.justice.cz**Služby**

GE Money má rozsáhlou síť bankomatů, které jako první vybavila čipovou technologií. Také produkty této banky, které jsou k poskytnutí na kterékoliv pobočce v ČR, jsou oceňovány jako jedny z nejlepších na trhu a to v soutěži Zlatá koruna.

Následující graf zachycuje nárůst obchodních míst a bankomatů GE Money v letech 2007, 2008).(Graf č. 2).

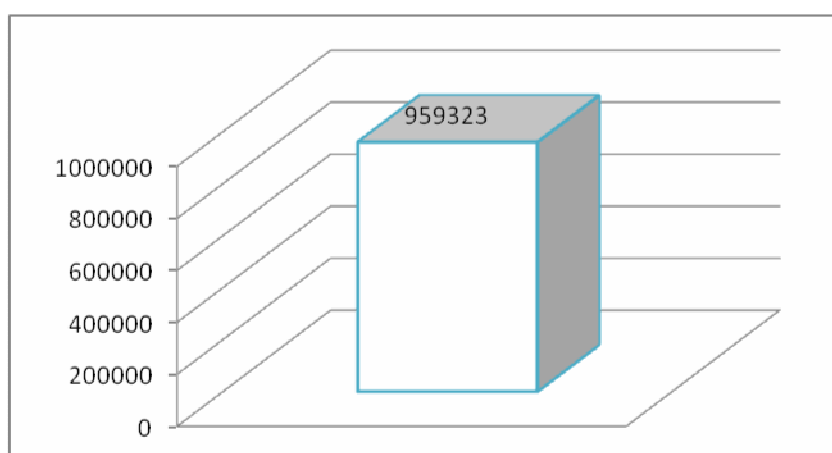
Graf č. 2: Nárůst bankomatů a poboček GE Money v letech 2007, 2008Zdroj: www.justice.cz

Klienti

V roce 2008 banka získala téměř 50 tisíc nových klientů. Stále se snaží zdokonalovat partnerství se stálými klienty a pokouší se je motivovat k využívání dalších nabízených služeb.

Následující graf znázorňuje meziroční nárůst počtu klientů GE Money v letech 2007, 2008 v tisících.(Graf č. 3)

Graf č. 3: Nárůst klientů v letech 2007 – 2008. (počet obyvatel v tisících)



Zdroj: www.justice.cz

Zaměstnanci

GE se snaží upevňovat vztahy i se svými zaměstnanci. Velký důraz klade především na motivaci a vzájemnou spolupráci. Zaměstnancům jsou poskytována různá zvýhodnění, mezi které patří například využití tzv. „Sick days“, což jsou dny placeného volna na překlenutí krátkodobé nemoci, další zaměstnaneckou výhodou jsou také tzv. „Free day“, což je - jednodenní volno na vyřízení osobních záležitostí. Tyto dny mají zaměstnanci zaplacené stejně tak, jako by je odpracovali. Také poskytuje otcovskou dovolenou po narození dítěte, což je pětidenní placené volno a spoustu dalších výhod.

Zapojení

V roce 2008 GE Money podporovala Olympijské hry v Pekingu, a také se stala jejich oficiálním partnerem. Dále podpořila zimní olympijské hry ve Vancouveru v roce 2010 a také bude partnerem letních Olympijských her v Londýně v roce 2012.

V následující tabulce jsou uvedeny hospodářské výsledky a vybrané ekonomické ukazatele GE Money Bank, a.s. (Tab. č. 1)

Tab. č. 1: Hospodářské výsledky GE Money v letech 2007 – 2008

Ukazatel	2007	2008
Čistý zisk (tis. Kč)	2 266 092	2 973 410
Provozní zisk (tis. Kč)	4 715 519	5 191 678
Závazky vůči klientům (tis. Kč)	61 112 329	71 957 234
Vlastní kapitál (tis. Kč)	20 997 361	23 972 933
Aktiva (tis. Kč)	84 875 414	98 556 336
Rentabilita prům. aktiv	3, 07 %	2, 18%
Kapitálová přiměřenost	19,84%	21,55%

Zdroj: www.justice.cz

3.2 Komerční banka, a.s

Historie

Komerční banka byla založena v roce 1990, dříve jako státní instituce a poté v roce 1992 byla převedena na akciovou společnost. Akcie banky jsou registrovány na Burze cenných papírů Praha od samotného vzniku. Dále banka v roce 2001 koupila státní podíl, který představoval 60% společnosti Societe Générale. Po této skutečnosti začala KB velmi rozvíjet své aktivity také pro jednotlivé klienty a podnikatele. Nedílnou součástí jejího vývoje byl i nákup dalšího 60ti procentního podílu ve společnosti Modrá pyramida v roce 2006. Touto aktivitou Komerční banka získala veškerou pravomoc nad třetí největší stavební spořitelnou, která v České republice existuje.

Současnost

KB patří mezi nejrozšířenější banky v České republice. Nabízí širokou škálu služeb pro investiční a podnikové bankovníctví, služby pro občany, kterými jsou například penzijní připojištění, stavební spoření, spotřebitelské úvěry nebo pojištění. KB také prostřednictvím Komerční banky Bratislava působí Slovensku.

Produkty

Komerční banka nabízí široké portfolio produktů pro občany i pro podnikatele. Pro podrobnější analýzu byly vybrány poskytované běžné účty, hypotéky, stavební spoření, kreditní karty a spořicí produkty. Škála spotřebitelských úvěrů narostla o 13%, u kreditních karet byl nárůst o 24%. Objem hypoték značně vzrostl a to o 21% a KB tím mohla zvýšit tržní podíl na trhu hypoték. Banka rozvinula nabídku spořicích účtů a termínovaných vkladů.

Následující tabulka zachycuje vývoj produktů v letech 2008, 2007. (Tab. č. 2)

Tab. č. 2: Vývoj produktů v letech 2008 - 2007

Segment občané	2007	2008
Počet hypotečních úvěrů	76700	66600
Objem hypotečních úvěrů v mld.Kč	90,5	75
Počet spotřebitelských úvěrů	219200	192300

Zdroj: www.justice.cz

Služby

V současné době využívá služby téměř *1,63 milionu klientů* prostřednictvím *394 poboček*, *673 bankomatů* a také pomocí telefonního, internetového a mobilního bankovníctví. Banka také vybudovala *20 business center* pro střední podniky a *4 centra pro velké podniky*. Také provozuje služby *Modré pyramidy*, která zaznamenala téměř *747 tisíc klientů*, Penzijní fond KB zaznamenal více než *491 tisíc zákazníků*.

Zapojení

Komerční banka patří od roku 2001 ke skupině Sociétés Générale. Tato skupina je jednou z největších finančních skupin v eurozoně. Soustředí se na tři stěžejní oblasti:

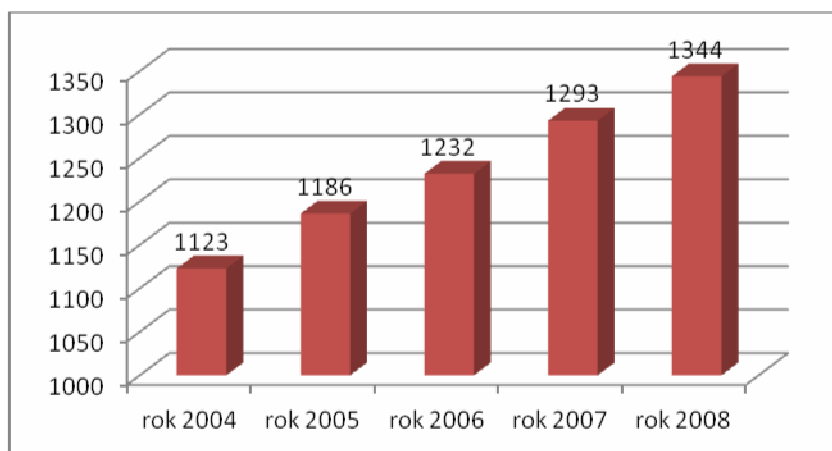
- Retailové bankovníctví a finanční služby
- Celosvětový investiční management a služby
- Podnikové a investiční bankovníctví

Klienti

V roce 2008 KB banka získala *173 tisíc nových klientů*, takže jejich počet převyšoval *1 344 000 klientů*. Je velmi oblíbenou bankou u mladých lidí. Klade důraz na udržování dobrých vztahů se zákazníky a snaží se poskytovat co nejkvalitnější služby.

Následující graf zachycuje vývoj počtu klientů v roce 2004 – 2008. (Graf č. 4)

Graf č. 4: KB v letech 2004 – 2008 – nárůst klientů v tisících

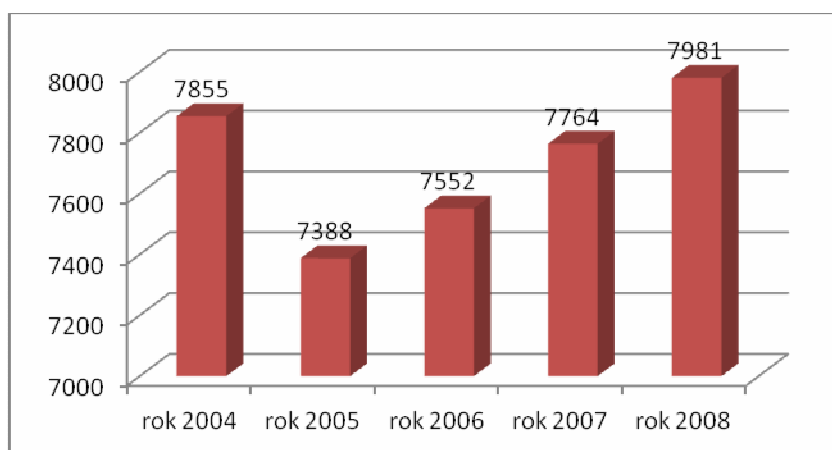


Zdroj: www.justice.cz

Zaměstnanci

KB se zaměřuje hlavně na zvýšení motivace a loajality svých zaměstnanců. Zaměstnanci banky poskytovali v interních průzkumech zpětnou vazbu a ke konci roku byl zaznamenán jejich počet *3 130 na centrále a na pobočkách 4 943 zaměstnanců*.

Následující graf zachycuje vývoj počtu zaměstnanců v letech 2004 – 2008. (Graf č.5)

Graf č 5: KB v letech 2004 – 2008 – nárůst zaměstnanců v tisícíchZdroj: www.justice.cz

Hospodářské výsledky a vybrané ekonomické ukazatele Komerční banky, a.s.

Následující tabulka ukazuje na hospodářské výsledky a ekonomické ukazatele. (Tab. č. 3)

Tab. č. 3: Ekonomické ukazatele Komerční banky, a.s v letech 2007 - 2008

Ukazatel	2007	2008
Čistý zisk (mil. Kč)	13 233	11 225
Úvěry klientům (mil. Kč)	364 040	304 938
Vlastní kapitál (tis. Kč)	62 974	50 654
Aktiva (tis. Kč)	699 044	661 819
Rentabilita prům. kapitálu	23,30%	22,20%
Rentabilita prům. aktiv	1,90%	1,60%
Kapitálová přiměřenost	12,10%	10,10%

Zdroj: www.justice.cz

3.3 Česká spořitelna

Historie

Historie České spořitelny sahá až do r. 1825, hlavním zájmem společnosti bylo vybudovat širokou síť poboček pro ty, kteří bance svěřovali své úspory. V roce 1992 vznikla Česká spořitelna jako akciová společnost. V roce 2000 se banka připojila ke skupině Erste Banka a stala se jejím členem. Toto spojení se silným partnerem poskytlo České spořitelně pevný základ pro vybudování silné a konkurenceschopné banky.

Současnost

Česká spořitelna v dnešní době pracuje na zkvalitňování produktů banky a služeb a také zdokonaluje své pracovní procesy. Banka se zaměřuje na občany, malé a střední podnikatele, a také na města a obce. Na českém trhu je banka pojata jako nejdůvěryhodnější a nejrozšířenější banka mezi obyvateli. Poskytuje služby, produkty a poradenství pro rozličné skupiny zákazníků a patří mezi známé zprostředkovatele v oblasti obchodu s cennými papíry. Za rok 2008 tato banka byla zhodnocena jako největší. Jak podle srovnání aktiv, tak i podle počtu zákazníků.

Produkty

Banka poskytuje velké množství produktů své klientele. Patří mezi ně běžné a spořicí účty, další depozitní produkty nebo produkty úvěrové. Na konci roku 2008 bylo využíváno 2,87 mil. Kč spořicí účtů a to včetně osobních kont. Tyto účty jsou služby s největším objemem vkladů. ČS má také vedoucí v postavení spořicí a depozitních produktů, spořicí účtů, penzijních fondů a vkladních knížek. V meziročním srovnání se snížil počet kreditních karet o 11% na 553 tis Kč. Ovšem byl navýšen objem transakcí kreditními kartami a to o 20%. Banka poskytuje také hypoteční služby, u kterých byl v meziročním součtu byl nárůst o 9%, což činilo 173,9 mld. Kč. Klientům je poskytováno široké spektrum spotřebitelských úvěrů a půjček.

Služby

Česká spořitelna obsluhuje 5,3 mil. klientů a to ji činí největší bankou na trhu. Provozuje 660 poboček a po území ČR má více než 1240 bankomatů. Poskytuje také bankomaty pro nevidomé, v ČR je jich celkem 50. V posledních letech si získala přední postavení na trhu v oblasti platebních karet, internetového bankovníctví ale také mezi

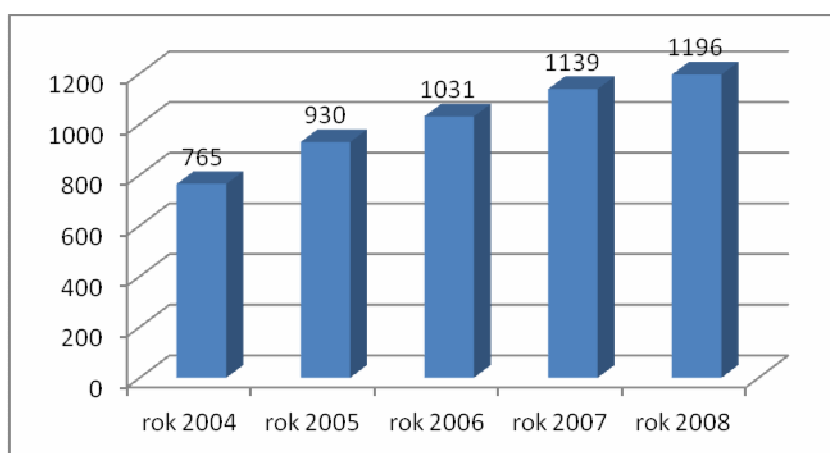
nabízenými úvěrovými produkty, kterými jsou například hypoteční úvěry, úvěry spotřebitelské, stavební spoření a jiné peněžní služby. Banka zavádí stále nové služby pro klienty. Téměř 1,2 mil. zákazníků využívá přímé bankovníctví SERVIS 24 pro občany a BUSINESS 24 pro firmy. Česká spořitelna zaznamenala 3,3 mil. platebních karet, z toho je více než půl milionu karet kreditních.

Klienti

Mezi klienty řadíme veškeré občany České republiky, studenty, zahraniční klienty, podnikatelé, kteří využívají služby České spořitelny. Banka se zaměřuje na komunikaci a prodej zákazníkům hlavně přes internetové služby a přes přímé bankovníctví.

V následujícím grafu je zobrazen počet klientů v tisících, kteří využívají hlavně přímé, internetové bankovníctví v letech 2004 - 2008. (Graf č.6).

Graf č. 6: Klienti ČS, využívající internetové bankovníctví



Zdroj: www.justice.cz

Zaměstnanci

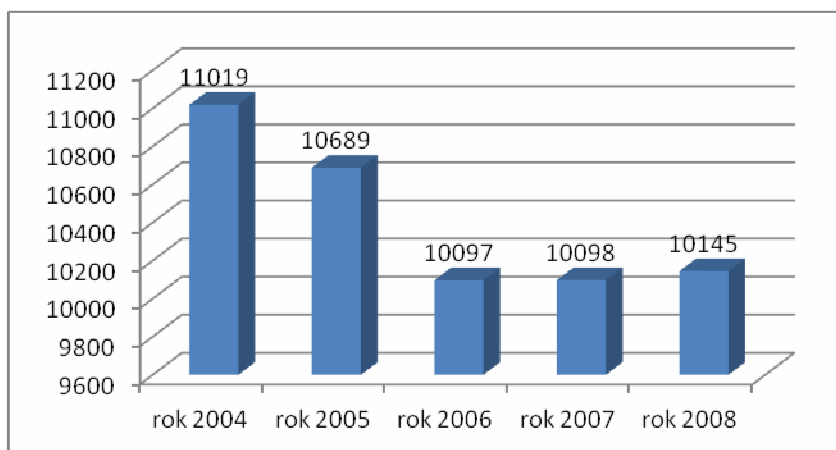
Zaměstnanci mají největší vliv na spokojenost klientů banky a také tím mohou ovlivnit prodejnost produktů, proto se považují za důležitý článek pro úspěšnost banky vůči konkurenci. Česká spořitelna pro nově přijaté zaměstnance zprostředkovává zaškolovací kurzy v pobočkové síti i na centrále. Přibližný počet zaměstnanců celé finanční skupiny je ve výši 10911.

Zapojení

V roce 2009 Česká spořitelna byla v soutěži Fin centrum Banka roku 2009 ohodnocena titulem Banka roku. Označení „Nejdůvěryhodnější banka roku“ získala Česká spořitelna již po šesté. Také několik produktů, jako je například Ideální hypotéka a Půjčka České spořitelny, poskytovaných bankou se umístily v předních místech.

Následující graf zachycuje počet zaměstnanců v tisících v letech 2004 – 2008. (Graf č. 7)

Graf č. 7: Vývoj zaměstnanců ČS v letech 2004 - 2008



Zdroj: www.justice.cz

Hospodářské výsledky a vybrané ekonomické ukazatele České spořitelny, a.s.

V následující tabulce jsou zachyceny hospodářské výsledky a vybrané ekonomické ukazatele za rok 2007 – 2008. (Tab. č. 4)

Tab. č. 4: Ekonomické ukazatele České spořitelny a.s. za rok 2007 – 2008

Ukazatel	2007	2008
Čistý zisk (mil. Kč)	12 148	10 385
Vlastní kapitál (mil. Kč)	55 576	48 594
Závazky vůči klientům (mil. Kč)	58 8526	537 487
Aktiva (mil. Kč)	862 230	814 125
Rentabilita kapitálu	23,80%	23%
Rentabilita prům. aktiv	1,50%	1,50%

Zdroj: www.justice.cz

4 Metodika shromažďování dat

4.1 Přípravná fáze

Definování problému

V České republice na trhu figuruje několik bankovních institucí, z počtu veškerých bankovních domů na našem trhu byly vybrány tři banky (Komerční banka a.s., GE Money Bank a.s., Česká spořitelna a.s.), které „vyčnívají“ v bankovním sektoru. Tyto peněžní podniky ve společném součtu v dnešní době obsluhují téměř 7 720 321 zákazníků. Klienti využívají aktivně služeb těchto bank, které v převážné míře nabízejí produkty a služby se stejným účelem využití a tyto služby mají také podobné parametry. Avšak liší se v jejich ceně a výhodách pro klienta, které jednotlivé banky poskytují v rámci konkurenčního boje.

Definování cílů

Cílem je zjistit u vybraných bankovních produktů, u které ze tří vybraných bank, je využití daných služeb nejvýhodnější.

Obsah výzkumu

Bylo specifikováno přibližně pět vybraných produktů nebo služeb od každého vybraného bankovního domu. Jsou to produkty a služby, které klienti nejvíce a nejčastěji využívají u bankovních domů. Jedná se o spotřebitelský úvěr, běžný účet, kreditní kartu, spořicí produkt a hypotéku. Následně jsem si definovala modelový příklad klienta, který chce využít všechny typy služeb. Má specifické požadavky na daný produkt či službu. Podle úrokových sazebníků a veškerých parametrů produktů, poskytovaných bankami jsem provedla propočet jednotlivých produktů. Potom bude provedeno porovnání výsledků, a vyhodnocení, u které banky požadované produkty jsou nejvýhodnější pro klienta.

Hypotézy výzkumu

- Nejnižší úrok a RPSN při splácení spotřebitelského úvěru má Komerční banka.
- Nejnižší cenu za vedení běžného účtu má GE Money bank.
- Česká spořitelna u spoření poskytuje klientovi nejvyšší úrok z těchto tří bank.
- U kreditní karty GE Money bank poskytuje výhodnější balíček s odměnami pro klienta za provedené nákupy.
- Nejvýhodnější hypotéku může klient získat u České spořitelny.

Plán výzkumu

Bylo určeno pět vybraných produktů a nadefinován modelový zákazník, který bude chtít využít produkty za jím stanovených podmínek. Data pro výzkum jsem získala z výročních zpráv jednotlivých bank, internetových stránek a produktových katalogů z poboček. Také jsem se přímo informovala o parametrech vybraných služeb přímo u odborných pracovníků na obchodních místech anebo na zákaznických linkách, které standardně poskytují klientům informace.

Časový harmonogram

Parametry a informace u jednotlivých produktů jsem získávala v období od 20.2 do 15.3. Podrobnosti o produktech od GE Money bank a.s. bylo jednoduché zjistit, jelikož pro tuto banku pracuji. Pro získání informací o poskytovaných službách od České spořitelny a.s. a Komerční banky a.s. jsem využila webové stránky a také zákaznické linky těchto bank, kde jsem se zeptala přímo pracovníků. Potom následovalo zpracování dat.

4.2 Realizační fáze

Produkty:

- Spotřebitelský úvěr
- Běžný účet
- Spořicí produkt
- Kreditní karta
- Hypotéka

Způsob shromažďování dat

S prvním modelovým případem spotřebitelského úvěru se dobře pracovalo, velmi dobře jsem věděla o základních parametrech Expres půjčky od GE Money Bank a.s., takže bylo snadnější provést propočet pro klienta, kterého jsem si nadefinovala, Komerční banka a.s. nabízí Perfektní půjčku a Česká spořitelna a.s. poskytuje svým klientům produkt s názvem Půjčka. Všechny tři spotřebitelské úvěry mají obdobné základní parametry. Pro klienta bude pro využití rozhodující, která banka v součtu vyžaduje nejmenší úroky a poplatky za využití úvěru. Propočty jsem prováděla, pomocí úvěrových kalkulaček, které byly uvedeny na internetových stránkách. Informace byly získány z informačních letáků a katalogů.

Druhý modelový příklad řešil nejvýhodnější běžný účet. Volba a výběr vhodného běžného účtu od GE Money a Komerční banky a.s. byla jednoduchá, o účtech od GE Money mám taktéž dostatečné informace a o účtech poskytovaných Komerční bankou, a. s. jsem se informovala od blízké, která pracuje pro Komerční banku. Při výběru vhodného účtu u České spořitelny, a.s. to bylo trochu komplikovanější, tato banka nabízí základní typ účtu, který nezahrnuje téměř žádné služby pro klienta. Služby využívané navíc, si musí klient navolit z balíčků a zaplatit si je navíc, orientace v těchto programových balíčcích byla náročná a nepřehledná. Abych si informace upřesnila, zavolala jsem na zákaznickou linku České spořitelny, a.s., kde mi operátor doporučil vhodnou volbu služeb k Osobnímu běžnému účtu.

V třetím příkladu chtěl klient nechat úročit své úspory, takže analýza spočívala ve zjištění, která banka dokáže klientovi poskytnout nejvyšší úrok na spoření. Veškeré informace o spořicích produktech jsem získala na internetových stránkách jednotlivých bank a potom podle parametrů jednotlivých typů spoření jsem udělala propočet úroků, které klient získá při vložené spořicí částce. Informace o úrokových sazbách jsem čerpala z úrokových sazebníků GE Money Bank, a.s., Komerční banky, a.s. a České spořitelny, a.s.

Čtvrtý příklad byl zaměřen na kreditní kartu, opět jsem věděla, jakou kartu by bylo nejvhodnější doporučit klientovi u GE Money. V případě kreditní karty šlo především o poskytnutí nejmenšího úroku klientovi při čerpání revolvingového úvěru a také jaké nejlepší odměnové služby při využívání karty může banka klientovi nabídnout. Mohu říct, že všechny banky nabízely obdobné karty, pouze Komerční banka, a.s. neposkytuje slevové programy ke kartě, takže zcela nesplňovala klientovy představy. Úrokové sazby opět byly čerpány z úrokových sazebníků a informace o nabízených produktech jsem čerpala z bankovních katalogů.

Poslední pátý modelový příklad byl postaven na hypotéku, kterou má klient zájem čerpat s účelem koupi nemovitosti. Opět ho zajímalo, při jaké době splácení zaplatí, co nejméně úroků. Volba byla trochu těžší, jelikož zřízení a čerpání hypotéky je zdlouhavější a složitější v praxi. Z šetření vyplynulo, že úplně stejné podmínky pro klienta nabízí Česká spořitelna, a.s. a GE Money bank, a.s. obě jsou schopny klientovi nabídnout nižší náklady na využití hypotéky než Komerční banka, a.s.

Zpracování a analýza dat

Všechna data u jednotlivých produktů jsem analyzovala, napřed jsem vyhledala příslušné informace o základních parametrech produktů. Na základě těchto poznatků, jsem u

každé banky provedla podrobný propočet každého produktu, o který měl klient zájem. Ve většině případů to znamenalo násobení úrokové sazby jednotlivých produktů s částkami, které byly nadefinovány v modelových příkladech. Po celkovém součtu všech nákladů, které souvisí s využitím bankovních produktů, jsem provedla vyhodnocení a porovnání.

Problémy při realizaci projektu

Se zásadním problémem jsem se při analýze nesetkala, podstatou bylo, získat mnoho potřebných informací o nabízených produktech, které banky poskytují, vyznat se v jejich parametrech a vybrat nejvhodnější produkty od každé banky tak, aby vzájemně odpovídaly nastaveným potřebám klienta a provést následné porovnání.

5 Analýza konkurence bankovních produktů

5.1 Spotřebitelský úvěr

První případ je stanoven na spotřebitelskou půjčku, na modelovém příkladu zjistím, která z bank Česká spořitelna, a.s., Komerční banka, a.s. anebo GE Money Bank, a.s. je nejvhodnější alternativou pro klienta. Všechny banky požadují věk 18 let a více, trvalý příjem, který zajistí splacení dluhu, trvalý pobyt na území České republiky a prokázání na pobočce dvěma doklady totožnosti. Modelový zákazník (občan) požaduje nejraději bezúčelový úvěr, bez zajištění ve výši 100 000 Kč, splácet chce co nejkratší dobu (12–40 měsíců), výše měsíční splátky by se měla pohybovat kolem 4000 Kč, aby příliš nekomplikovala klientův osobní rozpočet. Akceptovatelná výše úroku je v rozmezí od 12 – 18 %. A výše RPSN do 20% za rok. Klienta zajímá, kolik přeplatí navíc v důsledku úroků a dalších poplatků v souvislosti s pořízením úvěru.

Česká spořitelna, a.s. nabízí klientům produkt „Půjčka“, u tohoto úvěru je možné čerpat až 500 tis. Kč na financování svých soukromých potřeb beztoho, aniž by klient musel prokazovat účel půjčky. Peníze jsou převedeny na účet zákazníka nebo jsou vyplaceny v hotovosti. Je možnost využití v plné výši bez zajištění. U této banky je možné zvolit dobu splácení od 12 – 84 měsíců. S poskytnutím úvěru souvisí také poplatky: zřizovací poplatek činí 0,01% z poskytnuté částky, poplatek za vedení úvěrového účtu je 59 Kč/ měsíc.

V následující tabulce jsou zachyceny jednotlivé roky pro splácení spotřebitelského úvěrů se splátkami. (Tab. č. 5)

Tab. č. 5: Možnosti orientačních měsíčních splátek u ČS při výši úvěru 100 000 Kč

Úvěr	1 rok	2 roky	3 roky	4 roky	5 roků	6 roků	7 roků
100 000 Kč	9 093 Kč	4 913 Kč	3 519 Kč	2 839 Kč	2 437 Kč	2 164 Kč	1 918 Kč

Jelikož v modelovém příkladu klient požaduje měsíční splátku maximálně do výše 4000 Kč, aby nebyl zatížen klientův rozpočet, byla zvolena měsíční splátka ve výši 3 519 Kč.

Půjčka – Česká spořitelna, a.s.

V následující tabulce je zachycen propočet spotřebitelského úvěru od České spořitelny podle modelového příkladu. (Tab. č. 6).

Tab. č. 6: Propočet půjčky podle modelového příkladu

Druh úvěru	Půjčka
Výše úvěru:	100 000 Kč
Orientační měsíční splátka:	3 519 Kč měsíčně
Úroková sazba:	15,90 % p.a.
Poplatek za zpracování úvěru:	1 000 Kč jednorázově
Poplatek za vedení účtu:	59 Kč měsíčně
RPSN:	19,55 %
Doba trvání úvěru:	3 roky
Úroky celkem:	29 840 Kč
Celková částka splatná spotřebitelem:	132 940 Kč

Z výše uvedené tabulky je možné vyčíst, že klient při částce 100 000 Kč bude měsíčně splácet 3 519 Kč po dobu 36 měsíců. Úroková sazba i výše RPSN splňuje jeho požadovanou představu. Při vyřízení úvěru zaplatí na pobočce částku 1000 Kč, jako zřizovací poplatek, který banky vyžadují. A ještě bude platit 59 Kč za vedení úvěrového účtu. Po dobu 36 měsíců.

Tedy veškeré částky, které klient banky zaplatí navíc za čerpání úvěru, jsou $59 \cdot 36 = 2\,124$ Kč, 1000 Kč za zřizovací poplatek, 29 840 Kč v úrocích. V součtu je to částka **32 964 Kč**.

Komerční banka poskytuje zákazníkům produkt zvaný „Perfektní půjčka“, možnost čerpání od 30 000 – 600 000 Kč. Jedná se o hotovostní nebo bezhotovostní úvěr. Úroková sazba u Komerční banky je fixní pro všechny doby splatnosti a to je 15,9 % p.a. Maximální splatnost čerpaného úvěru je 6 let a splácí se vždy z běžného účtu u KB především pro osobní, nepodnikatelské potřeby. Tato půjčka je poskytována zcela bez poplatků. Klienti mají možnost úvěr získat bez zajištění.

V následující tabulce jsou zachyceny jednotlivé roky pro splácení spotřebitelského úvěrů se splátkami. (Tab. č. 7)

Tab. č. 7: Možnosti orientačních měsíčních splátek u KB u výše úvěru 100 000 Kč

Úvěr	1 rok	2 roky	3 roky	4 roky	5 roků	6 roků
100 000 Kč	9 830 Kč	5 073 Kč	3 590 Kč	2 873 Kč	2 454 Kč	2 182 Kč

Klient požaduje splátku v maximální výši do 4000 Kč, takže opět zvolíme dobu splácení na 36 měsíců, při této době splácení je měsíční splátka ve výši 3 590 Kč.

V následující tabulce je zachycen propočet spotřebitelského úvěru od Komerční banky, a.s. podle modelového příkladu. (Tab. č. 8)

Tab. č. 8: Propočet půjčky podle modelového příkladu

Druh úvěru	Perfektní půjčka
Výše úvěru	100 000 Kč
Orientační měsíční splátka	3 590 Kč
Úroková sazba	15,9% p.a.
RPSN	18,10%
Úroky celkem	28 494,57 Kč
Celkové náklady	128 494, 57 Kč

Jelikož je „Perfektní půjčka“ bez zřizovacích poplatků a bez poplatků za vedení úvěrového účtu, klient bude platit pouze měsíční splátku ve výši 3 590 Kč. Výše úroku je fixní pro všechny doby splácení, což je 15,9 %. A výše RPSN je ve výši 18,10 %. Půjčka také splňuje klientovi požadavky na výši úroku a RPSN. Splácet bude tedy po dobu 36 měsíců. Za půjčení úvěru od banky klient přeplatí pouze úroky, což bude činit částku **28 494,57 Kč**

GE Money Bank, a.s. svým klientům nabízí možnost využití částky od 30 000 – 600 000 Kč v podobě „Expres půjčky“. Tento typ půjčky mohou klienti splácet v rozmezí od 24 – 96 měsíců. Pokud klient využívá úvěr do maximální výše 200 000 Kč má možnost maximální doby splácení pouze do 72 měsíců. Do částky 200 000 Kč může každý klient žádat o úvěr sám. V případě částky nad 200 000 Kč, musí být v případě Společného jmění manželů

druhý z manželů uveden jako spolužadatel. Pokud klient není ženatý či vdaný, spolužadatel může být kdokoliv. Při čerpání úvěru musí mít klient zřízen běžný účet. Minimální poplatek za vedení běžného účtu u GE Money Bank, a.s. je 59 Kč/měsíc, ještě zde figuruje poplatek za vedení úvěrového účtu a to je 49 Kč/měsíc. Také musí být při zřizování úvěru zaplacen zřizovací poplatek ve výši 1000 Kč. Klient má po podpisu smlouvy do pěti minut peníze na svém účtu a má také možnost úvěr kdykoliv předčasně splatit.

V následující tabulce jsou zachyceny jednotlivé roky pro splácení spotřebitelského úvěrů se splátkami. (Tab. č. 9)

Tab. č. 9: Možnosti orientačních měsíčních splátek u GE Money Bank u výše úvěru 100 000 Kč

Úvěr	24měsíců	30měsíců	40měsíců	50 měsíců	60měsíců	72 měsíců
100 000 Kč	4 679,38 Kč	3 893,71 Kč	3 113,47 Kč	2 620,88 Kč	2 295,84 Kč	2 028,58 Kč

V následující tabulce je zachycen propočet spotřebitelského úvěru od GE Money Bank, a.s. podle modelového příkladu. (Tab. č. 10)

Tab. č. 10: Propočet půjčky podle modelového příkladu

Druh úvěru	Expres půjčka
Výše úvěru	100 000 Kč
Orientační měsíční splátka	3 893,71 Kč
Úroková sazba	12,40%
Zřizovací poplatek	1000 Kč jednorázově
Vedení úvěrového účtu	49 Kč/měsíc
Vedení běžného účtu	59 Kč/měsíc
Bezhotovostní příchozí transakce	5 Kč/měsíc
RPSN	16,80%
Úroky celkem	21 201,30 Kč
Celková částka	125 591,30 Kč

Z výše uvedené tabulky lze vyčíst, že i u GE Money bank bude klient měsíčně splácet částku 3 893,71 Kč, tato částka také splňuje klientovy požadavky. Částku 100 000 Kč bude splácet po dobu 30 měsíců, RPSN (16,80%) a výše úroku 12,40% také splňuje klientovu požadovanou maximální výši. S poskytnutím úvěru souvisí poplatky za zřízení úvěru ve výši 1000 Kč jednorázově. Dále bude měsíčně platit částky:

- 49 Kč za vedení úvěrového účtu
- 59 Kč za vedení běžného účtu
- 5 Kč poplatek za bezhotovostní příchozí transakci

V úrocích klient přeplatí původní částku (100 000 Kč o 21 201,30 Kč. Veškeré náklady za poskytnutí úvěru bankou jsou: $30 \cdot 49 = 1\,470$ Kč, $30 \cdot 59 = 1\,770$ Kč, $30 \cdot 5 = 150$ Kč, jednorázový poplatek při zřízení **1000 Kč**, úroky ve výši **21 201,30 Kč**. Součet těchto částek je **25 591,30 Kč**.

U všech propočtů byla použita kalkulačka, kterou lze nalézt na webových stránkách jednotlivých bankovních institucí.

5.2 Přehledné propočty:

Česká spořitelna – „Půjčka“

Zřizovací poplatek: **1000 Kč**

Úvěrový účet: $59 \cdot 36 =$ **2 124 Kč**

Úroky: 29 840 Kč

Celkem: 32 964 Kč

Komerční banka – „Perfektní půjčka“

Úroky: 28 494,57 Kč

Zřizovací poplatek: 0 Kč

Úvěrový účet: 0 Kč

Celkem: 28 494,57 Kč

GE Money bank – „Expres půjčka“

Zřizovací poplatek: **1000 Kč**

Vedení běžného účtu: $30 \cdot 59 =$ **1 770 Kč**

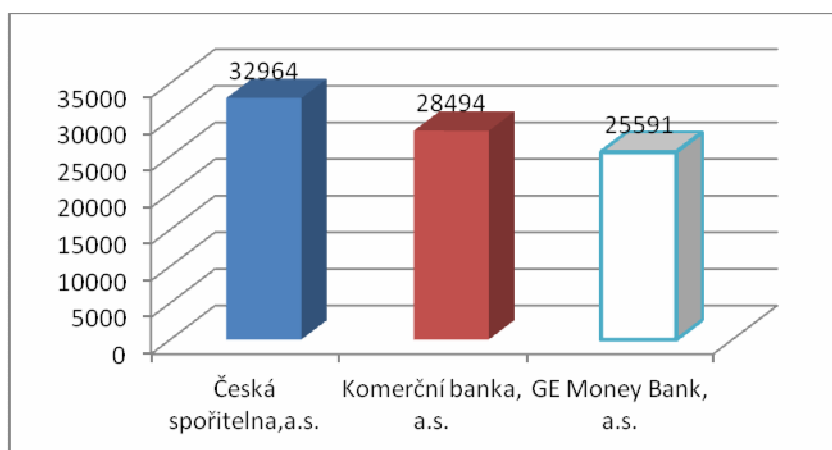
Vedení úvěrového účtu: $30 \cdot 49 =$ **1 490 Kč**

Poplatek za příchozí transakci: $30 \cdot 5 =$ **150 Kč**

Úroky: 21 201,30 Kč

Celkem: 25 591,30 Kč

Následující graf zachycuje, která banka je pro klienta nejvhodnější alternativou pro čerpání úvěru. Lze vyčíst, že nejmenší náklady spojené s čerpáním úvěru zaplatí zákazník u GE Money bank. (Graf č. 8).

Graf č. 8: Výsledné srovnání spotřebitelských úvěrů

5.3 Běžný účet

V dalším modelovém příkladu zjistím, která banka dokáže klientovi nabídnout nejvýhodnější běžný účet tak, aby splňoval klientovy představy. Tento klient (občan) chce za vedení svého běžného účtu včetně ostatních poplatků, které jsou spojeny s využíváním běžného účtu zaplatit měsíční částku maximálně 250 Kč. Jeho měsíční obrát na účtu bude 42 000 Kč. Přeje si, aby výběry z bankomatu u „své“ banky měl zdarma a nebo alespoň v rámci měsíčního poplatku a exkluzivní vzhled karty (zlatou kartu, stříbrnou, bronzovou...). (Příloha č. 1) Také chce ke svému účtu využívat internet banku nebo SMS servis. Dále bude mít na svém kontě zřízeny trvalé platby. Klient předpokládá, že jisté minimum z těchto plateb bude poskytováno zdarma. Rovněž má zájem o zasílání měsíčních výpisů buď elektronických a nebo písemných, požaduje, aby také nebyly tyto výpisy zpoplatněny. Zákazník má zájem možnost využívání povoleného přecherpání debetu do mínusu na svém běžném účtu.

U České spořitelny je možné klientovi nabídnout jeden z nejvíce poskytovaných účtů „Osobní účet Česká spořitelna“ k tomuto účtu si klient může vybrat doplňující balíček služeb Standard, Plus a nebo Speciál. Podmínky pro založení účtu jsou u všech tří bank stejné, je vyžadováno, aby klient byl starší 18 let a prokázal se dvěma doklady totožnosti. Klient má možnost si nastavit produkty, které potřebuje. Může využít služeb a produktů z programu Standard, který nabízí kontokorent, debetní karty, servis 24 (telebanking), výběry z bankomatu u České spořitelny, a.s. zdarma, SMS servis a bezhotovostní platby v rámci účtů České spořitelny, a.s. zdarma.

V následující tabulce jsou uvedeny typy a ceny za jednotlivé balíčky programu Standard, které poskytuje Česká spořitelna, a.s. k „Osobnímu běžnému účtu“. (Tab. č.11).

Tab. č. 11: Ceny balíčků služeb programu Standard u České spořitelny, a.s.

Balíček	Cena
Standard I.: 0 až 1 služba	29 Kč
Standard II.: 2 až 3 služeb	69 Kč
Standard III.: 4 až 6 služeb	109 Kč
Standard IV.: 7 až 9 služeb	149 Kč
10. a každá další služba navíc	20 Kč

Zdroj: www.csas.cz

Dále si může klient vybrat služby ke svému účtu z programu Plus, který nabízí platby v celé bankovní síti v ČR zdarma, klient si může vybrat zlatou kartu: VISA Gold a také využít zvýhodněný spořicí plán.

V následující tabulce jsou uvedeny typy a ceny za jednotlivé balíčky programu Plus, které poskytuje Česká spořitelna, a.s. k „Osobnímu běžnému účtu“. (Tab. č. 12)

Tab. č. 12: Ceny balíčků služeb programu Plus u České spořitelny, a.s.

Balíček	Cena
Plus I.: 1 až 2 služby	159 Kč
Plus II.: 3 až 4 služby	289 Kč
Plus III.: 5 až 6 služeb	389 Kč
7. a každá další služba navíc	80 Kč

Zdroj: www.csas.cz

Jelikož klient požaduje ke svému kontu služby kontokorent, výběry z bankomatu zdarma, zlatou kartu, měsíční výpisy, trvalé platby, internet banku a SMS servis, je nutné vybrat jednotlivé služby z obou programů. Z programu Standard bude využito 5 služeb, tyto služby podle výše uvedené tabulky spadají do kategorie „Standard III.“ Můžeme říct, že za

tento balíček služeb bude klientovi již naúčtováno **109 Kč** měsíčně. Ovšem klient dále požaduje zlatou kartu, kterou poskytuje pouze program Plus. Z tohoto programu bude vybrána kategorie „Plus I.“, za tento balíček bude klientovi naúčtováno **159 Kč**.

Komerční banka, a.s. klientovi s těmito požadavky může nabídnout „Premium konto“ tento univerzální běžný účet poskytuje všechny služby za jeden měsíční poplatek. Klient obdrží zlatou platební kartu, také má zdarma všechny výběry platební kartou z bankomatů KB. Má možnost ovládat účet prostřednictvím telefonu, mobilu i internetu. Takže služby internet banky a mobil banky klient využívá zdarma v rámci poplatku za vedení účtu. Veškeré běžné platební příkazy provedené prostřednictvím internetového a mobilního bankovníctví jsou bez poplatku za účetní položku. Velkou výhodou tohoto konta jsou bezplatné příchozí platby, platby z trvalých příkazů a inkas i z ostatních bankovních domů. Klient může zdarma využívat povolené přecherpaní do debetu. Uživatelé tohoto běžného účtu jsou také zdarma měsíčně zasílány výpisy z účtu. Tyto výpisy si může vyzvednout buď v internet bance anebo mu jsou posílány písemně poštou. Moderní „Premium konto“ stojí měsíčně **299 Kč** a veškeré výše zmíněné služby jsou zdarma v rámci tohoto měsíčního poplatku.

Nejlepší volbou od GE Money Bank, a.s. je běžný účet „Konto Genius Optimal“ je to jeden z nejnovějších účtů. Klientovi poskytne neomezené hotovostní vklady na obchodním místě, které jsou zdarma, taktéž nejsou zpoplatněny veškeré příchozí a odchozí transakce, které jsou provedeny elektronicky. Operace s trvalými příkazy a všechny výběry z bankomatů GE Money Bank, a.s. v ČR jsou také zdarma. Klient si může bezplatně zaktivovat službu Flexikredit, což je kontokorent s možností přecherpat účet do povoleného mínusu. Neomezeně klient může využívat služeb Internet Banka, Mobil Banka a Telefon Banka. Možné zřízení doplňkové služby SMS servis, kde je 50 zaslaných SMS měsíčně zdarma. Klientovi jsou měsíčně zasílány elektronické výpisy z účtu zdarma, nikoliv písemné. Nevýhodou je, že k tomuto kontu je poskytována klientovi pouze stříbrná platební karta MasterCard. Ovšem předností je, že veškeré tyto služby může klient získat a využívat pouze za jeden měsíční fixní poplatek **199 Kč**. Toto konto zahrnuje téměř veškeré komplexní využívání služeb zdarma.

5.4 Přehled měsíčních poplatků za vedení běžných účtů u jednotlivých bank.

Česká spořitelna, a.s. – „Osobní účet Česká spořitelna“

Balíček služeb v rámci programu Standard III. : **109 Kč**

Balíček služeb v rámci programu Plus I. : **159 Kč**

Celkem: **268 Kč**

Komerční banka a.s. -, „Premium konto“

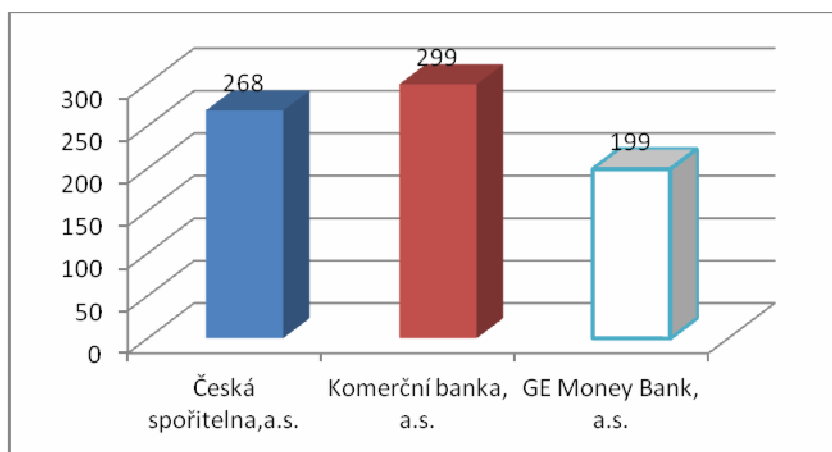
Jeden měsíční paušální poplatek **299 Kč**

GE Money Bank a.s. – „Konto Genius Optimal“

Jeden měsíční paušální poplatek **199 Kč**

Následující graf zachycuje, která banka je pro klienta nejvhodnější alternativou pro zřízení běžného účtu. Lze vyčíst, že nejmenší poplatek za vedení účtu, je u „Konta Genius Optimal“ od GE Money Bank a.s. (Graf č.9)

Graf č. 9: Výsledné srovnání měsíčních poplatků za běžné účty



5.5 Spořicí produkt

V následujícím modelovém příkladu zjistím, která z bank může klientovi poskytnout nejvýhodnější spořicí produkt. Zajímá nás, která banka poskytne zákazníkovi to

nejvyšší zhodnocení. Klient (občan) chce vložit na spoření částku 180 000 Kč, požaduje, aby měl ke svým penězům kdykoliv přístup a v případě potřeby s nimi mohl libovolně manipulovat. Nechce, aby případné výběry, provedené dle jeho potřeby byly zpoplatněny. Zřízení a vedení spořicího účtu chce mít zdarma. Výše úroku by neměla být nižší než 1,5% ročně a má zájem ponechat své finance zhodnocovat po dobu 3 roky.

Klientovi s těmito požadavky může Česká spořitelna, a.s. poskytnout „Šikovné spoření“, které banka může nabídnout klientům starším 18 -ti let. Zákazník se musí prokázat při zřízení dvěma doklady totožnosti. Jedná se o spořicí účet, který slouží klientům k pravidelnému ukládání a zhodnocování finančních prostředků v české měně. Díky „Šikovnému“ spoření České spořitelny, a.s. je klient motivován k ukládání a spoření peněz, tyto prostředky má klient neustále k dispozici, nejsou nijak vázány a nemusí být dodržen žádný časový termín spoření. Spořit může pravidelné částky od 300 do 5000 Kč měsíčně. Při založení je možné vložit mimořádný vklad. Toto spoření nabízí zajímavé zhodnocení peněz, vedení i zřízení je zcela zdarma a výnos ze spoření je klientovi garantován.

Následující tabulka ukazuje jednotlivé zhodnocení částek vložených na spořicímu účtu. (Tab. č. 13).

Tab. č. 13: Jednotlivé zhodnocení peněžních prostředků na spořicímu účtu

Pásma	1.pásma	2.pásma	3.pásma	4.pásma	5.pásma	6.pásma	7.pásma	8.pásma	9.pásma
Částka v Kč	do 9999,9	10 000-29 999,9	30 000-59 999,9	60 000 - 99 999,9	100 000-149 999,9	150 000-199 999,9	200 000-249 999,9	250 000-299 999,9	od 300 000 a více
Úrok	0,80%	0,90%	1,00%	1,15%	1,25%	1,75%	2,25%	3,20%	0,80%

Zdroj: www.csas.cz

Podle modelového příkladu bude klientův počáteční vklad 180 000 Kč zhodnocen ročním úrokem **1,75%**. Můžeme říct, že „Šikovné spoření“ vyhovuje klientovým požadavkům. Po roce spoření bude mít klient výnos $180\,000 \cdot 0,0175 = 3\,150$ Kč. Po třech letech spoření získá klient úrok $3 \cdot 150 = 9\,450$ Kč.

Komerční banka, a.s. může tomuto klientovi nabídnout „Perfektní spoření“, u tohoto spořicího produktu banka zaručuje garantovanou úrokovou sazbu po celou dobu trvání vkladu. Založení, vedení i zrušení účtu zdarma a není zde podmínkou, aby si zájemce o tohle spoření zakládal běžný účet v KB. „Perfektní spoření“ nabízí nadstandardní zhodnocení

volných peněžních prostředků a umožňuje provádět výběry vkladu během spoření a to formou výběru v hotovosti anebo automatickým převodem na běžný účet. Podmínkou „Perfektního spoření“ je zvolit si dobu trvání spořicího účtu a nechat vklad úročit na fixní dobu a to 2, 3, 4 roky a nebo 5 let. Tyto úroky se připisují k vkladu a klient je má k dispozici každé tři měsíce.

Následující tabulka ukazuje jednotlivé zhodnocení vložené částky, ve všech možných intervalech spoření. (Tab. č. 14).

Tab. č. 14: Jednotlivé zhodnocení vložené částky ve všech možných intervalech spoření

Splatnost	Pevná sazba
2 roky	1,60%
3 roky	2,25%
4 roky	2,30%
5 let	2,50%

Zdroj: www.kb.cz

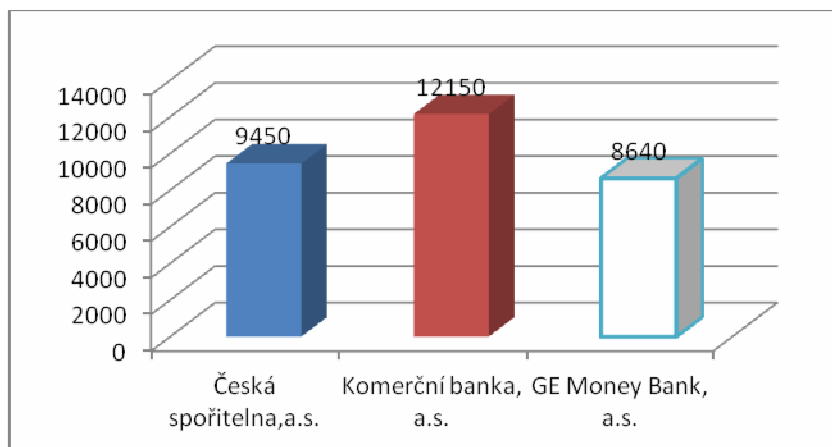
Klient po roce spoření získá částku 4 050 Kč. $180\,000 \cdot 0,025 = 4\,050$ Kč. Takže po 3 letech obdrží částku $3 \cdot 4\,050$ Kč = **12 150 Kč**.

Společnost GE Money Bank, a.s. poskytuje fyzickým osobám občanům spořicí účet „Genius II“, který umožňuje klientovi bezbariérový přístup k penězům a navíc klient získá zhodnocení za úrokovou sazbu 1,60%, tato sazba je fixní pro všechny výše vkladů. Klientovi je umožněn rychlý přístup ke svým financím pomocí Internet Banky od GE Money Bank a.s., automaticky může provádět převody ze svého běžného účtu na spořicí účet, založení, vedení i zrušení je poskytováno zcela zdarma, výhodou je, že tento účet je na dobu neurčitou a bez jakýchkoliv výpovědních lhůt. Po roce spoření je klientovi připsán úrok ve výši 2 880 Kč. $180\,000 \cdot 0,016 = 2\,880$ Kč. Za tři roky spoření klient získá částku 8 640 Kč. $3 \cdot 2\,880$ Kč = **8 640 Kč**.

Ve všech případech byly splněny klientovy požadavky na výši zúročení, což mělo být minimálně 1,50%.

Následující graf zachycuje, která banka je pro klienta nejvhodnější alternativou pro zřízení spořicího účtu. Lze vyčíst, že nejmenší zúročení vložené částky určené na spoření obdrží u GE Money Bank a.s. (Graf č.10)

Graf č. 10: Výsledné srovnání výše úroků, které klient obdrží při zhodnocování částky 180 000 u jednotlivých bank



5.6 Kreditní karta

Na následujícím případě ukážu, která banka dokáže nabídnout nejvýhodnější kreditní kartu, podle klientových požadavků a představ. Modelový klient má zájem o využívání úvěrové karty, kde bude mít k dispozici úvěrový rámec ve výši 60 000 Kč. Svou kartu chce mít zvýhodněnou bezúročným obdobím a také odměnami za nákupy u smluvních partnerů (obchodníků) bank. Klient příležitostně bude vybírat z bankomatu, poplatek za provedení nesmí být vyšší než 70 Kč a výše úroku této karty nesmí přesahovat výši 2,1%. Má zájem o bezplatné písemné anebo elektronické výpisy z karetního účtu. Celkový poplatek za využívání kreditní karty ročně nesmí přesahovat 500 Kč. A klientovi postačí využívání základního typu karty. Klient chce především kartu s nejnižším úrokem z čerpaného úvěru a s nejmenším poplatkem.

Chytrá karta České spořitelny, a.s. umožňuje klientovi nastavit si kartu podle vlastních potřeb, díky tomu může využívat výhody karty. Uživatel karty si může sám navrhnout vzhled karty anebo si vybrat potisk z bohaté galerie obrázků. Také si může vybrat mezi využíváním „Chytré karty“ se standardními službami, anebo si ještě navíc ke kartě aktivuje volitelné služby. „Chytrá karta“ se základními parametry garantuje klientovi za nejnižší ceny a ochranu nákupu při zničení nebo krádeži karty. Měsíční výpisy z karetního účtu jsou klientovi také zasílány zdarma a má možnost mít non-stop přístup ke karetnímu účtu přes Internet Banku. Ke kartě je možné zaktivovat volitelné služby, tyto služby klient platí navíc a jsou rozděleny podle pásem. Jsou to slevy programu „Sphere card“ klient může

z provedených nákupů u smluvních obchodníků České spořitelny, a.s. získat odměny 5 – 30 %, využití prodloužené záruky na zboží nebo zvýhodněný „Bonus program“. Odměny z karty do Penzijního fondu České spořitelny, zůstatkové SMS a nebo splátkové prázdniny. Poplatek za využívání karty jsou u základní karty 199 Kč ročně a u karty s obrázkem 349 Kč ročně. Klient může využít až 55 dní bezúročného období.

Následující tabulka zobrazuje ceny poplatků za jednotlivá pásma v rámci programu „Plus“ ke kreditní kartě. (Tab. č. 15).

Tab. č. 15: Ceny balíčků služeb za jednotlivá pásma užívaná ke kreditní kartě

Pásma	Cena
Pásma I.: 0 až 1 služba	19 Kč
Pásma II.: 2 až 3 služby	49 Kč
Pásma III.: 4 až 5 služeb	69 Kč
Pásma IV.: 6 až 7 služeb	89 Kč

Zdroj: www.csas.cz

V následující tabulce jsou uvedeny základní podstatné parametry kreditní karty „Chytrá karta“. (Tab. č. 16)

Tab. č. 16: Základní podstatné parametry kreditní karty „Chytrá karta“

Parametr	Sazba
Vedení karty	218 Kč/ měsíc
Úrok při výběru hotovosti	1,99%/měsíc
Úrok při překročení bezúročného období	1,59%/měsíc

Jelikož má klient zájem o zasílání měsíčních výpisů, ty jsou v rámci základního nastavení karty zdarma, dále má zájem využívat slevový program, který si klient přikoupí v balíčku Pásma I. za 19 Kč. Poplatek za užívání karty bude ročně 199 Kč. Pokud klient vybere z bankomatu poplatek není účtován, pouze zaplatí úrok na čerpané částce 1,99%

měsíčně. Pokud klient bezhotovostně nakoupí a celou čerpanou částku stihne uhradit do data úhrady tak je mu účtován 0,00% úrok, pokud naopak nestihne doplatit celou částku do data úhrady je mu účtován měsíční úrok 1,59% z čerpané částky. Je zjevné, že „Chytrá karta České spořitelny“ splňuje klientovy požadavky na kartu nejen u výše úroku za čerpané částky ale také i v poplatku za celkové využívání karty. $199+19= 218$ Kč.

Kreditní karta „VISA Electron“, kterou poskytuje Komerční banka, a.s. svým klientům je určena osobám starším 18 let a slouží pro jejich osobní potřeby. Pro to, aby si klient mohl kartu na pobočce zřídit, není zapotřebí doložení žádného dalšího zajištění. Na kartě mohou klienti využívat výhodu bezúročného období až 45 dní u bezhotovostních i hotovostních transakcí a vydání a vedení kreditní karty je zcela zdarma. Klient má možnost mít dvě kreditní karty k jednomu úvěrovému účtu. Původní karta je zdarma, za druhou kartu klient platí roční poplatek 200 Kč. Kreditní karta od Komerční banky, a.s. neposkytuje slevové kartě při platbách u smluvních obchodníků. Výpisy elektronické nebo písemné ke kreditnímu účtu jsou zasílány každý měsíc zcela zdarma.

V následující tabulce jsou uvedeny základní podstatné parametry kreditní karty „VISA Electron“. (Tab. č. 17)

Tab. č. 17: Základní podstatné parametry kreditní karty „VISA Electron“

Parametr	Sazba
Vedení karty	zdarma
Správa úvěrového účtu	30 Kč/měsíc
Poplatek za výběr hotovosti	1% min. 30 Kč z vybírané částky
Úrok při překročení bezúročného období	1,8%/ měsíc

Při využití této kreditní karty klient získá nulový roční poplatek za vedení karty a navíc až 45 dní bezúročného období jak při bezhotovostních transakcích tak u hotovostních. Pokud klient nestihne splatit čerpanou částku v rámci bezúročného období, při bezhotovostním čerpání zaplatí měsíční úrok 1,8% z čerpané částky a při hotovostním výběru z bankomatu 1% z čerpané částky min. 30 Kč. Negativem ovšem je, že klient nemůže u

Komerční banky, a.s. využít požadované výhody, což je slevový program při nákupech u smluvních partnerů. Výpisy na přání klienta jsou měsíčně zasílány zdarma.

GE Money Bank, a.s. může klientům nabídnout kreditní kartu „MoneyCard Plus“, což je nová mezinárodní kreditní karta umožňující klientům provádět nákupy i přes internet. Na kartě lze využít až 50 dnů bezúročného období, kdy výše úroku z čerpané částky je 0,00% pokud klient stihne splatit celou čerpanou částku z karty, bezúročné období se ovšem nevztahuje na výběry v hotovosti v bankomatu. Při provedení výběru bezhotovostní období nelze uplatnit. Při nesplacení úvěru v rámci období bez úroků, platí klient úroky z čerpané částky ve výši 1,89% měsíčně. Poplatek za vedení karty 49 Kč je měsíční. Pokud klient s kartou nakupuje u smluvních obchodních partnerů GE Money Bank, a.s., tak může z provedeného bezhotovostního nákupu získat odměnu- tzv. „Věrnostní program“ nabízí klientům při platbě u těchto vybraných partnerů procenta z provedených nákupů ve škále 1 – 10% a to z každého provedeného nákupu. Svůj účet má možnost kontrolovat prostřednictvím internet banky, kam jsou mu také zasílány zdarma elektronické měsíční výpisy.

V následující tabulce jsou uvedeny základní podstatné parametry kreditní karty „MoneyCard Plus“. (Tab. č. 18).

Tab. č. 18: Základní podstatné parametry kreditní karty „MoneyCard Plus“

Parametr	Sazba
Vedení karty	49 Kč/ měsíc
Poplatek za výběr v hotovosti	29 Kč jednorázově
Úrok při překročení bezúročného období	1,89%/měsíc

Při využívání a vedení kreditní karty od GE Money Bank, a.s. klient za rok zaplatí $49 \cdot 12 = 588$ Kč. Tato karta klientovi poskytne výhodné odměny za provedené bezhotovostní nákupy a to v rozmezí 1- 10 % z každého provedeného nákupu, také bezúročné období až 50 dnů. Klientovi jsou také zdarma měsíčně posílány elektronické výpisy.

Aby byly splněny všechny klientovy požadavky na funkce s výhody karty, nejvhodnější volbou by pro něj bylo využití „Chytré karty“ od České spořitelny, a.s. Má nejnižší poplatek za vedení, což je ročně 218 Kč, a také poskytuje slevový program v rámci

tohoto poplatku. Procento při čerpání úvěrového rámce (bezhotovostně) je 1,59% měsíčně hotovostně 1,99% měsíčně, pokud nestihne splatit částku v řádném termínu v rámci bezúročného období. Komerční banka, a.s. poskytuje využívání kreditní karty zdarma, ovšem klient platí poplatky za výběry z bankomatu, které jsou mu účtovány. Takže můžeme předpokládat, že podle uskutečněných výběrů z bankomatu se klientovi načítají nemalé poplatky, navíc karta neposkytuje slevový program. „MoneyCard Plus“ od GE Money Bank, a.s. prakticky splňuje klientovy požadavky, pokud zohledníme vyšší úrokové sazby 1,89%, také má na této kartě klient k dispozici slevový program, o který měl zájem, ovšem v součtu jednotlivých měsíčních poplatků, které musí klient uhradit za využívání karty ročně činí 588 Kč, což dalece přesahuje maximální částku, kterou je klient ochoten platit za využívání karty. Můžeme říct, že nejvhodnější alternativou pro klienta bude „Chytrá karta“ od České spořitelny, a.s.

5.7 Hypotéka

Poslední modelový příklad je zaměřen na klienta, který má zájem o hypotéku, požaduje částku ve výši 1 500 000 Kč, klient má zájem za poskytnuté peníze koupit nemovitost. Má zájem buď o bezúčelnou anebo účelnou hypotéku. Jelikož klientův měsíční příjem je 45 000 Kč/měsíc, může uvolnit ze svého rozpočtu přibližně 15 000 Kč měsíčně, splácet by chtěl maximálně 17 let. Chce, aby výše úroku, kterou splatí, nepřesahovala 10%/rok. Má zájem o pojištění úvěru pro případ platební neschopnosti. Klienta zajímá, která banka mu poskytne nejvýhodnější podmínky pro čerpání hypotéky podle jeho požadavků a nejmenší úrok.

Ideální hypotéka“ od České spořitelny, a.s. nabízí klientovi možnost nastavit si hypoteční úvěr podle jeho představ. Tato hypotéka je poskytována bez poplatku za zřízení, garantuje stálou úrokovou sazbu 30 dní. Je možnost využití hypotéky až 100 % hodnoty nemovitosti, kterou má klient zájem kupovat. Klient si může libovolně navolit služby, které má zájem používat při čerpání hypotéky, pokud by měl klient potřebu v průběhu splácení změnit výši splátky, může tak provést přechodně nebo trvale. V případě zájmu může klient vkládat mimořádné splátky v průběhu doby fixace (pevné úrokové sazby). Klient si zvolil fixaci na dobu jednoho roku. Pokud by se klient dostal do platební neschopnosti, může přerušit splácení až na 6 měsíců, také má možnost využít pojištění schopnosti splácet. Dobu splácení, si může klient zvolit od 5 – 30 let. Minimální ani maximální výše hypotéky, není omezena. Hypotéka musí být zajištěna zástavním právem k jiné nemovitosti.

V následující tabulce je uveden propočet možných splátek, které se přibližují k výši požadované měsíční splátky 15 000 Kč. (Tab. č. 19).

Tab. č. 19 : Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu

Doba splácení	10 let	11 let	12 let
Výše splátky	15 657 Kč	14 541 Kč	13 614 Kč

V následující tabulce je zachycen propočet „Ideální hypotéky“ na dobu splácení 11 let při čerpané částce 1 500 000 Kč. (Tab. č. 20).

Tab. č. 20: Orientační propočet „Ideální hypotéky“ podle klientových požadavků

Druh úvěru	Ideální Hypotéka
Výše úvěru	1 500 000 Kč
Orientační měsíční splátka:	14 541 Kč
Orientační úroková sazba:	4,59% p.a.
Doba trvání úvěru v letech:	11 let
Úroky za 11 let:	757 350 Kč
Celková částka splatná spotřebitelem:	2 257 350 Kč

Česká spořitelna, a.s. může nabídnout klientovi výhodné podmínky pro využití hypotéky. Jsou splněny klientovy požadavky na výši měsíční splátky do limitu 15 000 Kč, také požadavky na výši úroku, kterou bude klient platit 4,59%. Za využití hypotéky zaplatí za 11 let splácení úrok ve výši **757 350 Kč**.

Komerční banka, a.s. může nabídnout „Flexibilní hypotéku“, která umožňuje klientovi disponovat s výší splátek hypotečního úvěru v závislosti na tom, jaký má aktuální příjem. O úvěr může žádat občan ČR anebo cizinec s trvalým pobytem na území ČR. Během splácení si může klient zažádat o snížení splátek až o 50% a počátek splácení má možnost

odložit až o 12 měsíců. V situaci, kdy klient není schopný splácet, může přerušit splácení až na dobu 3 měsíců. Tyto úkony je možné uskutečnit vždy jednou ročně. Minimální výše poskytnutého úvěru činí 200 000 Kč a maximální je omezena celkovou výší investice, což může být třeba kupní cena anebo platebními možnostmi klienta. Splácí se formou pravidelných měsíčních splátek a to od 5 do 30 let. Banka klientovi nabízí, aby si povinně zvolil dobu fixace úrokové sazby, díky fixaci bude mít po jistou dobu splácení pevnou úrokovou sazbu. Modelový klient má zájem o fixaci úrokové sazby na rok.

V následující tabulce je uveden propočet možných splátek, které se přibližují k výši požadované měsíční splátky 15 000 Kč. (Tab. č. 21)

Tab. č. 21: Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu

Doba splácení	10 let	11 let	12 let
Výše splátky	15 873 Kč	14 760 Kč	13 836 Kč

V následující tabulce je zachycen propočet „Flexibilní hypotéky“ na dobu splácení 11 let při čerpané částce 1 500 000 Kč. (Tab. č. 22).

Tab. č. 22: Orientační propočet „Flexibilní hypotéky“ podle klientových požadavků

Druh úvěru	Flexibilní hypotéka
Výše úvěru	1 500 000 Kč
Orientační měsíční splátka:	14 730 Kč měsíčně
Orientační úroková sazba:	4,95% p.a.
Doba trvání úvěru v letech:	11 let
Úroky za 11 let:	816 750 Kč
Celková částka splatná spotřebitelem:	2 316 750 Kč

Aby „Flexibilní hypotéka“ odpovídala klientovým představám, zvolíme měsíční splátku ve výši 14 730 Kč při době splácení 11 let. Také maximální přípustná výše úroku odpovídá klientovým požadavkům což je 4,95%. Klient neplatí navíc žádné poplatky při vyřízení hypotéky, pouze zaplatí úroky, což činí v součtu **816 750 Kč**.

U GE Money, a.s. může klient využít „Hypotéku GE Money Bank“ jedná se o zajištěný úvěr, klient může čerpat hypotéku od 300 000 Kč. Maximální výše hypotéky se odvíjí od ceny nemovitosti. Klient tedy může získat hypotéku do výše 80% z ceny nemovitosti. Tuto cenu určuje smluvní odhadce GE Money, a.s. Hypotéku může využít klient ve věkovém intervalu 18- 65 let, který je občanem ČR, občan EU anebo cizinec s trvalým pobytem na území ČR a také osoba, která se může prokázat stálým příjmem. Klient má možnost úvěr si pojistit pro případ platební neschopnosti. Doba splácení u tohoto úvěru je 5 až 30 let, tuto dobu si volí sám. Klient si musí taktéž zvolit dobu fixace úrokové sazby, opět zvolí fixaci na rok.

V následující tabulce je uveden propočet možných splátek, které se přibližují k výši požadované měsíční splátky 15 000 Kč. (Tab. č. 23).

Tab. č. 23: Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu

Doba splácení	11 let	12 let	13 let
Výše splátky	14 495 Kč	13 567 Kč	12 786 Kč

Klient bude splácet hypotéku 11 let ve výši 14 495 Kč. Jedná o měsíční splátku, která se nejvíce přibližuje k částce, kterou si klient přeje měsíčně splácet a to je maximálně 15 000 Kč.

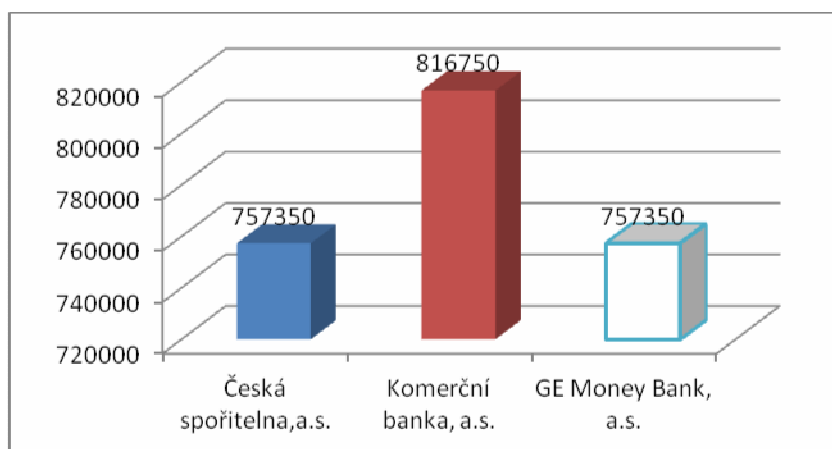
V následující tabulce je zachycen propočet „Hypotéky GE Money Bank“ na dobu splácení 11 let při čerpané částce 1 500 000 Kč. (Tab. č. 24).

Tab. č. 24: Orientační propočet „Hypotéky GE Money Bank“ podle klientových požadavků

Druh úvěru	Hypotéka GE Money
Výše úvěru	1 500 000 Kč
Orientační měsíční splátka:	14 495 Kč měsíčně
Orientační úroková sazba:	4,59% p.a.
Doba trvání úvěru v letech:	11 let
Úroky za 11 let:	757 350 Kč
Celková částka splatná spotřebitelem:	2 257 350 Kč

Očividně klient zaplatí úroky za čerpání hypotéky u GE Money Bank, a.s. ve výši **757 350 Kč** stejně jako u „Ideální hypotéky“ od České spořitelny, a.s. Částku 1 500 000 Kč, bude klient splácet 11 let při úrokové sazbě 4, 59% ročně. Můžeme říct, že GE Money Bank, a.s. také vyhovuje klientovým požadavkům na hypotéku.

Následující graf zachycuje, která banka je pro klienta nejvhodnější alternativou pro využití hypotéky. Lze vyčíst, že nejmenší úroky zaplatí u GE Money Bank, a.s. a u České spořitelny, a.s. (Graf č. 11).

Graf č. 11: Srovnání hypotečních úvěrů podle výše zaplacených úroků

6 Návrhy a doporučení

6.1 Zhodnocení jednotlivých modelových případů

Spotřebitelský úvěr

Z jednotlivých propočtů vyplývá, že všechny tři banky dokážou poskytnout modelovému klientovi spotřebitelský úvěr podle jeho představ. Klient požadoval, aby výše úroku nepřevyšovala výši 18% p. a. a výše RPSN výši 20%. Také maximální limit stanovený pro měsíční splátku nepřevyšoval částku 4000 Kč, což byla nejvýše přípustná měsíční splátka pro klienta. Velkou roli pro rozhodování klienta na využití úvěru hrála celková částka, kterou klient zaplatí za čerpání tohoto úvěru. Nejvyšší náklady na využití vyšly u České spořitelny, a.s., tady bych doporučila bance jinak zohlednit výši úroku a RPSN, v porovnání mají ostatní banky mnohem nižší tyto sazby. Všechny banky se musí řídit aktuálním kurzem České národní banky. Nejmenší náklady za úvěr klient zaplatí u GE Money Bank, a.s. a to o 7 372,7 Kč méně. Komerční banka, a.s. vyšla z tohoto šetření průměrně, její nároky na zaplacení nákladů nebyly ani příliš vysoké, ale také se neblížily ke spodní hranici nákladů za poskytnutý úvěr od GE Money Bank, a.s.

Běžný účet

V modelovém příkladu na běžný účet si klient stanovil, že za svůj osobní účet chce platit maximálně 250 Kč měsíčně. Požaduje ke svému kontu jisté služby a má zájem, aby tyto služby byly již uvedeny v rámci poplatku. Všechny banky mohou klientovy potřeby dostatečně uspokojit, ovšem s rozdílem v ceně. Nejvyšší poplatek za vedení konta požaduje Komerční banka, a.s. Také GE Money Bank, a.s. nabízí klientovi veškeré služby, které jsou běžně požadovány, v jedné kompletní ceně. Rozdílem pouze je cena účtovaná každý měsíc za vedení těchto kont. GE Money Bank, a.s. poskytuje svůj běžný účet za nejnižší poplatek ze všech tří bank, nabízené konto Genius Optimal je o 100 Kč měsíčně levnější, než výše zmiňovaný účet Premium konto od Komerční banky, a.s. Česká spořitelna, a.s. poskytuje účet za průměrnou cenu, pokud zohledníme všechny služby, které klient má zájem aktivně využívat na svém účtu. Komerční banka, a.s. by svůj účet měla poskytovat za nižší cenu anebo účet obohatit o více služeb.

Spořicí produkt

Nejvyšší zúročení dostane klient při využití Perfektního spoření od Komerční banky, a.s. Částku 180 000 Kč nechá úročit na 3 roky. Roční úrok je ve výši 2,25%, což je

jednoznačně nejvyšší sazba mezi všemi třemi spořicími produkty. Jeho výnos bude činit 12 150 Kč. Potom následuje Šikovné spoření od České spořitelny, a.s. s úrokem 1,75% ročně, nejnižší zúročení by klient získal, pokud by využil spoření od GE Money Bank, a.s. spořicí účet Genius II., tento produkt nabízí pouze 1, 60% úrok za rok. GE Money Bank, a.s. bych doporučila, aby se více orientovala podle sazeb konkurence a tomu uzpůsobila úrokové sazby na spořicím účtu.

Kreditní karta

V tomto případě výsledky byly rozporuplné, Česká spořitelna, a.s. na Chytré kartě nabízí slevový program při bezhotovostních nákupech od 5 – 30%, úrok za přečerpání úvěru je každý měsíc 1, 59 % a měsíční poplatek po propočtu činí 218 Kč, Komerční banka kreditní kartu VISA Electron poskytuje zdarma, při čerpání rámce si účtuje měsíční úrok 1,8%. Nejhuře na tom je kreditní karta od GE Money Bank, a.s. MoneyCard Plus. Pokud klient bude využívat tuto kartu, ročně zaplatí za vedení karty částku 588 Kč, úrok při čerpání úvěru je 1, 89% měsíčně. Při bezhotovostních nákupech klient může získat odměnu od 1 – 10%. Nevýhodou u karty, kterou nabízí Komerční banka, a.s. je, že neposkytuje slevový program jako zbylé dvě karty, ovšem vedení karty je zcela zdarma. GE Money by měla snížit poplatky za vedení kreditní karty. Nejlepší alternativou pro využívání bude pravděpodobně Chytrá karta, která má přijatelný poplatek 218 Kč za rok, slevový program poskytne klientovi odměny od 5 – 30% a má také nejnižší sazbu při čerpání úvěrového rámce při bezhotovostních platbách.

Hypotéka

GE Money Bank, a.s. a Česká spořitelna, a.s. nabízejí klientovi naprosto stejnou úrokovou sazbu během čerpání hypotéky, tj. 4, 49%. Klient nechce, aby měsíční splátka za hypotéku přesahovala hranici 15 000 Kč, u obou dvou bankovních institucí propočet splátky splňoval tento požadavek. V tomto případě už by záleželo pouze na klientovi, se kterou bankou více sympatizuje. Komerční banka, a.s. také splnila klientovy požadavky pro čerpání úvěru, ovšem roční úrok hypotéky 4, 95% byl vyšší než u předcházejících.

6.2 Zhodnocení hypotéz

Spotřebitelský úvěr

Hypotéza pro spotřebitelský úvěr zněla „Nejnižší úrok a RPSN při splácení spotřebitelského úvěru má Komerční banka, a.s.“. Podstatou bylo zjištění, zda Komerční

banka, a.s. poskytuje nejnižší úrok ke spotřebitelskému úvěru ze všech tří zvolených bank. Podle modelového příkladu v mém výzkumu nebyla tato hypotéza potvrzena.

Běžný účet

Pro analýzu běžného účtu ve druhém modelovém příkladu byla stanovena hypotéza, že nejnižší poplatek za vedení běžného účtu poskytuje GE Money Bank, a.s. Tato hypotéza byla potvrzena.

Spořicí produkt

Hypotézu vztahující se na spořicí produkty jsem dokazovala na třetím modelovém příkladu. Po porovnání jednotlivých spořicích produktů mělo být dokázáno, že Česká spořitelna, a.s. může klientovi poskytnout nejvyšší úrok ze spoření. Hypotéza nebyla potvrzena.

Kreditní karta

Pro výběr nejvhodnější kreditní karty pro klienta byla zadána hypotéza „U kreditní karty GE Money Bank, a.s. poskytuje výhodnější balíček s odměnami pro klienta za provedené nákupy.“ Tato hypotéza nebyla potvrzena, nejvyšší procentuální odměny za nákupy poskytuje Česká spořitelna, a.s.

Hypotéka

V posledním modelovém případě jsem zjišťovala, jestli nejvýhodnější hypotéku, která zahrnuje nejnižší úrok a odpovídající splátku pro klienta poskytuje Česká spořitelna, a.s. Hypotéza byla potvrzena, a zároveň jsem nabyla zjištění, že GE Money Bank, a.s. poskytuje hypotéku se stejnou výší úroku.

7 Závěr

Na trhu existuje široké spektrum nabízených produktů a ještě širší spektrum jednotlivých druhů těchto produktů, každý klient má možnost sám volit mezi těmito službami a provést propočet a posoudit, který produkt se rozhodne využít. Pro každého klienta jsou rozhodující různé parametry služeb, jeden upřednostňuje nízké splátky, druhý vyšší úrokové sazby, další výše poplatků, dobu splácení anebo doplňkové služby poskytované navíc, které mohou klienta přimět ke koupi produktu. Proto bylo provedeno porovnání, aby každý klient měl možnost zvolit a využít danou službu, která se mu nejvíce zamlouvá. Pro získání těchto dat, jsem využila internetové stránky jednotlivých bank, zákaznické linky a odborné rady zaměstnanců na obchodních místech.

Na základě analýzy jednotlivých bankovních produktů u všech bank, jsem u výsledného porovnání zjistila, která banka dokáže klientovi s danými požadavky poskytnout ten nejlepší produkt. Do mé bakalářské práce jsem stanovila modelové příklady klienta, které odkazovaly na využití pěti produktů, které v dnešní době klientela nejvíce využívá. Tyto příklady byly aplikovány na využití spotřebitelského úvěru, běžného účtu, spořicího produktu, kreditní karty a hypotéky na bydlení. Ke každému z uvedených produktů jsem vyhledala patřičné informace a vybrala vhodné produkt, které odpovídají zadání. Následně byl proveden podrobný propočet a porovnání. Na základě srovnání jsem zjistila, který produkt od které banky je nejvhodnější pro modelového klienta.

V první kapitole jsou uvedena teoretická východiska a analýza konkurence. V druhé kapitole byla popsána charakteristika bankovního trhu. V každé charakteristice jednotlivých společností je zachycena historie bank, současné dění bank na trhu, vývoj zákazníků a zaměstnanců, důležité hospodářské ukazatele bank a další informace o produktech anebo aktivitách, na kterých banky pracují. Praktická část obsahuje metodiku shromažďování dat, kde je nastaven cíl a obsah výzkumu a také nadefinován problém výzkumu. V další fázi, která je realizační, je charakterizováno, odkud byly data pro výzkum čerpány a jak výzkum probíhal. Z výzkumu bylo zjištěno, že GE Money Bank, a.s. poskytuje nejvýhodnější běžný účet a spotřebitelský úvěr, u kterého klient zaplatí nejmenší náklady, tato banka může také poskytnout výhodnou hypotéku, která je téměř srovnatelná s hypotékou od České spořitelny, a.s. Kreditní kartu je nejvýhodnější využít u České spořitelny, a.s., jelikož v rámci slevového programu při bezhotovostním nakupování může klient získat od 5 – 30% nazpět ze svých nákupů. Nejvyšší zúročení na spořicím produktu poskytuje Komerční banka, a.s. pokud klient využije Perfektního spoření.

Seznam použité literatury

Publikace:

- [1] JIRÁSEK, J. A. Benchmarking a konkurenční zpravodajství: souměření a soupeření. 1. vyd. Praha: Profess Consulting, 2007. 120 s. ISBN 978-80-7259-051-3.
- [2] KOTLER, P.; KELLER, K. L. Marketing management. Přel. Š. Černá. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [3] PORTER, E. M. Konkurenční výhoda. 1. Vyd. Praha: Victoria Publishing, 1993. 626 s. ISBN 80-85605-12-0.
- [4] PŮLPÁNOVÁ, S. Komerční bankovníctví v České republice. 1. vyd. Vysoká škola ekonomická v Praze. Nakladatelství Oeconomia, 2007. 336 s. ISBN 978-80-245-1180-1.
- [5] SCHWARZ, O. Jak přežít na trhu. 1. Vyd. Praha: Grada Publishing, 1994. 339 s. ISBN 80-7169-116-x.
- [6] SVOBODA, M. Jak ovládnout finanční trhy. 1. Vyd. Brno: nakladatelství CP Books, 2005. 1927 s. ISBN 80-251-0763-9.

Internetové zdroje:

- [7] GE Money Bank [online] dostupné na WWW: <http://www.gemoney.cz>
- [8] Komerční banka [online] dostupné na WWW: <http://www.kb.cz>
- [9] Česká spořitelna [online] dostupné na WWW: <http://www.csas.cz>
- [10] Obchodní rejstřík [online] dostupné na WWW: <http://www.justice.cz>

Seznam zkratk

RPSN	roční procentní sazba nákladů. Celkové náklady úvěru, tj. úroky, provize, poplatky pro zprostředkovatele úvěru a jiné poplatky související s úvěrovou smlouvou vyjádřené jako roční procento celkové výše úvěru.
P. A.	roční úroková sazba
EDGE	Enganced Data rates for GSM Evolution
SMS	krátké zprávy posílané mobilními telefony
WWW	Word wide web
VISA	logo kreditních a platebních karet
KB	Komerční banka, a.s.
ČS	Česká spořitelna, a.s.
ČR	Česká republika
apod.	podobně
atd.	a tak dále
str.	strana
tab.	tabulka

Prohlášení o využití výsledků diplomové (bakalářské) práce

Prohlašuji, že

jsem byl (a) seznámen (a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;

beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB – TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);

souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;

bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

bylo sjednáno, že užít dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....

jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

.....

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Hospodářské výsledky GE Money v letech 2007 – 2008.

Tab. č. 2: Vývoj produktů v letech 2008 – 2007.

Tab. č. 3: Ekonomické ukazatele Komerční banky, a.s. v letech 2007 – 2008.

Tab. č. 4: Ekonomické ukazatele za rok 2007 – 2008.

Tab. č. 5: Možnosti orientačních měsíčních splátek u ČS při výši úvěru 100 000 Kč.

Tab. č. 6: Propočet půjčky podle modelového příkladu.

Tab. č. 7: Možnosti orientačních měsíčních splátek u KB u výše úvěru 100 000 Kč.

Tab. č. 8: Propočet půjčky podle modelového příkladu.

Tab. č. 9: Možnosti orientačních měsíčních splátek u GE Money Bank u výše úvěru 100 000 Kč.

Tab. č. 10: Propočet půjčky podle modelového příkladu.

Tab. č. 11: Ceny balíčků služeb programu Standard u České spořitelny.

Tab. č. 12: Ceny balíčků služeb programu Plus u České spořitelny.

Tab. č. 13: Jednotlivé zhodnocení peněžních prostředků na spořicí účtu.

Tab. č. 14: Jednotlivé zhodnocení vložené částky ve všech možných intervalech spoření.

Tab. č. 15: Ceny balíčků služeb za jednotlivá pásma užívaná ke kreditní kartě.

Tab. č. 16: Základní podstatné parametry kreditní karty „Chytrá karta“.

Tab. č. 17: Základní podstatné parametry kreditní karty „VISA Electron“.

Tab. č. 18: Základní podstatné parametry kreditní karty „MoneyCard Plus“.

Tab. č. 19: : Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu.

Tab. č. 20: Orientační propočet „Ideální hypotéky“ podle klientových požadavků.

Tab. č. 21: : Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu.

Tab. č. 22: Orientační propočet „Flexibilní hypotéky“ podle klientových požadavků.

Tab. č. 23: Orientační propočet možných splátek, které odpovídají požadované splátce, podle modelového příkladu.

Tab. č. 24: Orientační propočet „Hypotéky GE Money Bank“ podle klientových požadavků.

Seznam grafů

Graf č. 1: Růst úvěrových produktů v letech 2007 – 2008 v miliardách.

Graf č. 2: Nárůst bankomatů a poboček GE Money v letech 2007, 2008.

Graf č. 3: Nárůst klientů v letech 2007 – 2008. (počet obyvatel v tisících).

Graf č. 4: KB v letech 2004 – 2008 – nárůst klientů v tisících.

Graf č. 5: KB v letech 2004 – 2008 – nárůst zaměstnanců v tisících.

Graf č. 6: Ekonomické ukazatele Komerční banky, a.s. v letech 2007 – 2008.

Graf č. 7: Klienti ČS, využívající internetové bankovníctví.

Graf č. 8: Vývoj zaměstnanců ČS v letech 2004 – 2008.

Graf č. 9: Výsledné srovnání spotřebitelských úvěrů.

Graf č. 10: Výsledné srovnání měsíčních poplatků za běžné účty.

Graf č. 11: Výsledné srovnání výše úroků, které klient obdrží při zhodnocování částky 180 000 u jednotlivých bank.

Graf č. 12: Srovnání hypotečních úvěrů podle výše zaplacených úroků.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Ukázky exkluzivních karet.

Příloha č. 2: Logo Česká spořitelna, a.s.

Příloha č. 3: Logo Komerční banka, a.s.

Příloha č. 4: Logo GE Money Bank, a.s.

Příloha č. 1: Ukázky exkluzivních karet



Příloha č. 2: Logo Česká spořitelna, a.s.



Příloha č. 3: Logo Komerční banka, a.s.



Příloha č. 4 : Logo GE Money Bank, a.s.

